

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ** «**ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

|  |
| --- |
| **МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**  к рабочей программе дисциплины |
| **«Арт-менеджмент»**  для обучающихся по направлению подготовки  53.03.01 Музыкальное искусство эстрады  Профиль: 53.03.01 Инструменты эстрадного оркестра  (заочная форма обучения) |

Ростов-на-Дону

2021 г.

1. **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.**

**1. Задания для проверки знаний, умений и владений учащихся.**

**Для проведения текущего контроля предусмотрен следующий перечень вопросов для проверки остаточных знаний:**

**1.1. Устный опрос:**

**2.1.1.** Тестовые задания

Вариант 1.

1. Учреждения культуры важны тем, что они:

а) Осуществляют социально значимую деятельность

б) Приносят доход

в) Обеспечивают нравственное воспитание

2. Разработанный проект утверждает:

а) Учредитель (вышестоящая инстанция)

б) Заказчик

в) Тот, кто будет распоряжаться выделенными средствами

3. При получении отрицательного ответа от потенциального донора (при отказе в поддержке проекта) следует:

а) Просить разъяснить причины отказа

б) Извиниться за беспокойство

в) Продолжать настаивать на предложении

4. К технологии фандрейзинга относится:

а) Организация специальных событий и социальных мероприятий

б) Договор о совместной деятельности

в) Подготовка информационных материалов о проекте

5. Успешному фандрейзингу мешают:

а) Низкий культурный уровень представителей бизнеса

б) Унизительность просить деньги

в) Недостаток информации

6. Дополнительные средства привлекаются в сферу культуры потому, что:

а) Виды деятельности в ней коммерчески неконкурентны

б) Необходимо обеспечить занятость работников культуры

в) Она дает возможность реализации социального партнерства

7. Благотворительность, это дело и забота:

а) Государства

б) Бизнеса

в) Граждан

8. Письмо-предложение должно быть подписано:

а) Менеджером проекта

б) Председателем оргкомитета

в) Учредителем организации, отвечающей за реализацию проекта

9. Государственное регулирование деятельности в сфере культуры это:

а) Принятие законодательных норм и гарантий

б) Контроль выполнения законодательства

в) Выделение средств госбюджета

10. Успешному фандрейзингу мешает:

а) Непрофессионализм исполнителей

б) Недостаточные меры административного воздействия на бизнес

в) Недостаток кадров в сфере культуры

11. Фандрейзинг это:

а) Технология просить денег

б) Привлечение средств на некоммерческие проекты

в) Работа по привлечению инвесторов

12. Проблема "бизнес и культура" это:

а) Вопросы сотрудничества бизнеса и культуры

б) деловая активность в сфере культуры

в) Культура бизнес-процессов и управления ими

13. Цель (цели) проекта) это:

а) Основные задачи

б) Описание желаемого результата

в) Решение социально-значимой актуальной проблемы

14. Средства госбюджета, выделяемые на деятельность в сфере культуры, могут получать:

а) Только государственные учреждения и организации

б) Частные лица и инициативные группы

в) Общественные организации

15. Определение приоритетов поддержки и развития сферы культуры это задача:

а) Органов власти

б) Общественных организаций

в) Работников культуры

16. Разработка проектов начинается с:

а) Определения целей

б) Выявления актуальных проблем

в) Поиска необходимых средств

17. Потенциальных спонсоров в проекте интересует, прежде всего:

а) Получение прибыли

б) Получение дополнительных выгод

в) Рекламный потенциал проекта

18. Некоммерческая деятельность это:

а) Невыгодная деятельность

б) Деятельность, осуществляемая некоммерческими организациями

в) Социально значимая деятельность, неосуществимая на коммерческой основе

19. Фандрейзинг это:

а) Обеспечение основных фондов

б) Обеспечение оборотных средств

в) Обеспечение зарплаты исполнителям

20. Условием успешного фандрейзинга является:

а) Хорошая реклама проекта

б) Хорошая репутация и привлекательный имидж организации

в) Большой круг личных знакомств

21. Особенности менеджмента в сфере культуры обусловлены:

а) Спецификой некоммерческой деятельности

б) Спецификой производимой продукции (товаров, услуг)

в) Спецификой законодательства, регулирующего деятельность в сфере культуры

22. Маркетинг в сфере культуры:

а) Принципиально иной, чем в коммерческой деятельности

б) Ничем не отличается от маркетинга других видов деятельности

в) Включает в себя коммерческий маркетинг

23. В разработке проекта желательно участие:

а) Будущих исполнителей

б) Представителей заказчика

в) Партнеров

24. Нормативное планирование:

а) Облегчает менеджмент

б) Затрудняет менеджмент, ставит ему рамки и ограничения

в) Является государственным вмешательством в бизнес-процессы

Вариант 2.

1. Что такое арт-менеджмент?

а) вид деятельности по руководству людьми в организациях;

б) область человеческого знания;

в) форма управления предприятием;

г) результат творческой деятельности;

д) управление процессом создания художественных ценностей.

2. В чем заключается специфика деятельности арт-менеджера?

а) создание сценического имиджа;

б) создание художественно-творческого продукта;

в) поиск инвесторов;

г) подбор команды специалистов;

д) поиск технического оборудования.

3. Какая организация не относится к арт-индустрии?

а) студия звукозаписи;

б) дизайн-студия;

в) музыкальный клуб;

г) строительная компания;

д) художественный салон.

4. Что понимается под коммерциализацией культуры?

а) понижение социального статуса работников культуры;

б) соединение и взаимодействие деятельности различных организаций;

в) потребность совершенства и высоких духовных идеалов;

г) массовый отток высококвалифицированных кадров;

д) продвижение на рынок культурных услуг арт-продукции.

5. В каком случае приставка «арт-» соответствует значению «артистический»?

а) арт-дилер;

б) арт-рок;

в) арт-директор;

г) арт-проект;

д) арт-шоу.

6. Из перечисленных основных функций выберите специфическую функцию арт-менеджмента:

а) планирование;

б) контроль;

в) художественное проектирование;

г) мотивация;

д) организация.

7. Выберите пространственно-временные виды искусства:

а) живопись и графика;

б) музыка и литература;

в) хореография и театр;

г) архитектура и дизайн;

д) декоративно-прикладное искусство.

8. Определите наиболее яркий вид искусства, который основан на синтезе искусств:

а) скульптура;

б) киноискусство;

в) музыка;

г) литература;

д) художественная фотография.

9. Чрезвычайно важная составляющая фестивалей разных видов искусств:

а) традиционность;

б) событийность;

в) демократичность;

г) доступность;

д) экономичность.

10. Формирование миссии организации происходит с учетом:

а) личных интересов руководителя организации;

б) интересов сотрудников организации;

в) материальных целей;

г) достижения определенных результатов;

д) отличительных особенностей организации.

11. За счет чего происходит государственная финансовая поддержка учреждений культуры на современном этапе?

а) софинансирование;

б) традиционное финансирование;

в) сметный принцип финансирования;

г) целевая адресная поддержка конкретных организаций и творческих проектов;

д) сохранение планово-распределительной системы.

12. Какой вид деятельности является наиболее важным для подготовки арт-проекта на начальном этапе?

а) организационно-управленческий;

б) художественно-творческий;

в) поисково-исследовательский;

г) информационно-аналитический;

д) административно-хозяйственный.

13. Какой вопрос маркетингового исследования вы поставите первым?

а) Достаточно ли у вас ресурсов и опыта?

б) Какую информацию вы хотите получить?

в) Для чего вам требуется маркетинговое исследование?

г) Как вы собираетесь получить информацию?

д) Кто будет проводить маркетинговое исследование?

14. Как вы считаете, что является гарантией малого бизнеса в арт-ин-дустрии?

а) туристические маршруты;

б) наличие действующих культурных проектов;

в) диверсификация продуктов арт-индустрии;

г) подготовка рекламной кампании;

д) источники финансирования.

15. Что является главным в технологической цепочке производства арт-индустрии?

а) выработка стратегии бизнеса;

б) проведение конференций;

в) подбор персонала;

г) наличие партнерских связей;

д) поиск дополнительных источников финансирования.

16. Что лежит в основе организации арт-индустрии?

а) ценностные ориентации;

б) система контроля;

в) материальные выгоды;

г) обучение сотрудников;

д) технологии производства.

17. С чего начинается подготовка арт-проекта?

а) постановка цели мероприятия;

б) утверждение сроков проведения;

в) формулировка проблемы;

г) определение тематики;

д) организация творческой команды.

18. К какому спектру деятельности арт-менеджера относится концептуальная разработка творческого проекта?

а) финансово-экономической;

б) юридически-правовой;

в) проектно-технологической;

г) организационно-управленческой;

д) маркетинговой.

19. Основная базовая характеристика профессиональной компетенции арт-менеджера — это:

а) стимулирование творческой деятельности;

б) осуществление контроля за производством;

в) способность доверять членам команды;

г) совмещение творческих и управленческих функций в одном лице;

д) исследовательская работа по выявлению интересов аудитории.

20. С чего начинается составление плана-графика подготовки мероприятия?

а) определение целей, результатов и общего перечня работ проекта;

б) определение ресурсов и ответственности рабочей группы;

в) создание системы комплексного планирования и параметров проекта;

г) создание системы контроля и регулирования хода выполнения проекта;

д) создание команды проекта.

21. Важная составляющая бизнес-плана в арт-проекте — это:

а) концепция бизнеса и конкретного проекта;

б) правовое обеспечение (защита авторских прав);

в) потенциальные риски;

г) финансовый план;

д) план маркетинговых действий.

22. Наиболее важный критерий оценки арт-проекта — это:

а) реалистичность бюджета, обоснованность запрашиваемых средств;

б) привлекательность проекта для потенциальных партнеров;

в) грамотно сформулированная маркетинговая кампания;

г) яркость и оригинальность проекта;

д) способность проекта оказать существенное влияние на качество общекультурного развития личности.

**2. Задания для оценивания результатов в виде владений и умений**

**2.1.** Подготовить презентационные слайды по следующим темам:

1.Шоу-бизнес как часть арт-индустрии

2.Нормативно-правовые основы арт-менеджмента

3.Профессионализм и мастерство арт-менеджера

4.Понятие и сущность продюсирования

5.Проектный менеджмент

6.Промоушн в сфере арт-индустрии

7.Эстрадный имидж исполнителя

8.Технологии организации шоу-программ

9.Менеджмент гастрольной деятельности

**3. Примерный перечень тем контрольных работ**

1. Арт-менеджмент в социально-культурной сфере.

2. История становления и развития арт-менеджмента.

3. Организация арт-фирмы (цели, задачи, условия деятельности).

4. Механизмы формирования в арт-индустрии.

5. Основные элементы управления производственными процессами в искусстве (планирование, организация, контроль).

6. Менеджмент в сфере искусства.

7. Основные институты арт-менеджмента.

8. Музей в системе арт-менеджмента.

9. Гастрольная политика и гастрольный менеджмент.

10. Маркетинговые технологии в сфере искусства.

11. Технологии и этапы создания арт-проекта.

12. Бизнес-план в сфере культуры (этапы становления и реализации).

13. Особенности продвижения проекта в сфере шоу-бизнеса.

14. Гражданско-правовые меры защиты авторских прав.

15. Технология организации выставочной деятельности.

**4. Типовые материалы для зачета и экзамена**

**4.1** **Перечень вопросов для экзамена**

1. Понятие «Арт-индустрия», объекты арт-индустрии и их классификация.

2. Рынок арт-индустрии и его особенности.

3. Понятие «арт-менеджмент». Сущность, содержание, специфика, основные составляющие и особенности современного арт-менеджмента.

4. Функции арт-менеджмента.

5. Роль искусства в обществе. Жанры и виды искусства и их классификация.

6. Формы организации творческой деятельности и историческая ретроспекция их развития.

7. Современное состояние искусства и современные формы организации творческой деятельности, их влияние на содержание деятельности арт-менеджера.

8. Мировая арт-индустрия как система.

9. Исторические этапы развития и становления мировой арт-индустрии и основные предпосылки и закономерности ее формирования и развития.

10. Особенности и характерные черты развития отечественной арт-индустрии и отечественного арт-менеджмента.

11. Возникновение системы управления производственными процессами в арт-индустрии. Основные теории управленческой деятельности.

12. Основные функции и механизмы менеджмента в арт-индустрии.

13. Общая характеристика продуктов деятельности в арт-индустрии. Творческие проекты как форма продукта в арт-индустрии.

14. Понятие технологии в арт-менеджменте и ее специфика. Технологические цепочки и конвейер производства в арт-индустрии.

15. Организация деятельности объекта арт-индустрии, виды организационных структур управления.

16. Мотивация труда, виды и методы стимулирования трудовой деятельности в арт-индустрии.

17. Система мотивации творческого коллектива при создании продуктов арт-индустрии.

18. Квалификационные характеристики и профессиональные функции и обязанности арт-менеджера. Взаимосвязь профессиональной деятельности и личностных качеств арт-менеджера.

19. Маркетинговые исследования в арт-индустрии. Методы и виды маркетинговых исследований.

20. Базовые категории рынка и рыночных отношений в арт-индустрии и их отражение в маркетинговом исследовании.

21. Организация процесса планирования и виды планов в арт-индустрии. Основные этапы планирования социально-культурных проектов.

22. Технология проектирования и основные этапы разработки творческого проекта.

23. Источники финансирования в арт-индустрии.

24. Роль государства в финансировании культуры. Мировой опыт и основные модели финансирования культуры.

25. Фандрейзинг и его информационной обеспечение.

26. Организация и проведений фандрейзинговой компании.

27. Спонсорство и благотворительность в арт-индустрии, проблемы развития спонсорства и благотворительности.

28. Понятие технологии продвижения в арт-индустрии и ее основные составляющие.

29. Реклама в арт-индустрии и ее виды.

30. Коммуникации и возможности их использования в арт-индустрии.

31. Стимулирование продаж в арт-индустрии.

32. Организация компании по продвижению творческого проекта, особенности продвижения в арт-индустрии.

33. Понятия «мероприятие» и «специальное событие», виды специальных событий.

34. Технология организации и проведения специального события.

35. Бюджет специального события и возможности его финансирования.

36. Технология сбыта в арт-индустрии.

37. Сбытовая политика и виды стратегий сбыта.

38. Особенности потребления в арт-индустрии и их учет в выборе стратегии сбыта и формировании сбытовой политики.

39. Цена и стоимость продуктов арт-индустрии и их соотношение

**4.2. Практическая работа для проведения промежуточной аттестации**

**2.4.3 Практическое задание:**

Подготовить презентацию на примерную тему: "Арт пространство города Ростова-на-Дону" (или другого)

1. **КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЗАНЯТИЙ.**

**Сущность и понятие арт-менеджмента: профессия: артменеджер**

В настоящее время существует большое множество различных определений понятия «арт-менеджмент». Но так как арт-менеджмент, все же, является частью общего менеджмента, его можно определить, как: науку, искусство, вид деятельности, целенаправленное воздействие, процесс реализации функций, процесс подготовки, принятия и реализации управленческих решений, информационный процесс и работу с людьми.

Так, весьма серьезная отличительная черта арт-менеджмента от менеджмента в других сферах - это то, что в этой деятельности «задействовано много людей, причем вне зависимости от масштабности того, чем арт-менеджмент занимается, а арт-менеджер должен быть между различного уровня структурами власти, администраторами площадок, залов, студий, радиостанций, телеканалов и, конечно же, творцами (художниками, музыкантами, композиторами и т.д.)» В целом, арт-менеджмент является составляющей общего менеджмента, включая в себя, его функции и методы, но при этом обладая четким отличием - направленностью на социальный сектор (искусство).

**История развития арт-менеджмента в России и за рубежом**

1. Исторические аспекты и тенденции становления арт-индустрии за рубежом. Трубадурское движение во Франции. Написание музыки под заказ, жанровое разнообразие песен, наемные певцы, бродячие артисты. 18 в. – появление мюзик-холлов, варьете, кабаре, министрел-шоу. «Театр Монтасье». Театр «Водевиль». Рождение джаза. Становление рок-музыки. Рок-оперы.

2. Три этапа развития арт-рынка. Зарождение арт-рынка в Англии в конце XVII века. Второй период развития арт-рынка – зарождение матрицы арт-рынка, расширение арт-рынка. Третий период развития арт-рынка – признание авангарда «платежеспособным», усиление роли арт-критика.

3. Арт-менеджмент в России: особенности становления и развития. Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии, национальный компонент, ментальность.

4. Этапы развития арт-индустрии в России. Современное состояние российского арт-рынка: галереи, аукционные дома, коллекционеры, критики, журналисты.

**Социокультурные концепции и технологии управления в арт-индустрии**

Понятие «технология» происходит от двух древнегреческих слов: «техне» - искусство, мастерство -«логос» - наука, знание, закон. Почти во всей специальной литературе под «технологией» в широком смысле понимается совокупность и даже система целесообразной практической деятельности в соответствии с целью, спецификой и логикой процесса преобразования и трансформации того или иного объекта.

В настоящее время социальные технологии рассматриваются как один из видов антропологических технологий, которые базируются на теориях культуры, искусствоведения, социальной психологии, педагогики, кибернетики, менеджмента, социологии. Разновидностью социальной технологии является технология социально-культурной деятельности, под которой понимается совокупность форм, методов, методик, разработок, расчета, моделей проектирования и внедрения различных инноваций, способных обеспечить достижение определенной воспитательной цели. С точки зрения предметной деятельности под технологиями следует понимать педагогически организованный процесс воздействия субъекта на объект деятельности с целью формирования социально-значимых качеств личности.

**Создание коммерческих услуг в сфере культуры и искусства**

В экономике страны имеют место кризисные ситуации, обостряется интерес российских городов, регионов и отдельных государств к поиску альтернативных ресурсов для привлечения инвестиций на развитие таковых. В качестве уникального стратегического ресурса, фактора и современного элемента и инструмента политики развития городов, регионов и государств, а также укрепления экономики выступает культура или, точнее, сфера культуры.

Культура на официальном уровне западных стран - это не только творческое наследие и ее традиционное понимание. Ресурсы культуры и их использование позволяют решать проблемы обустройства городской среды и пространства, что логично в контексте развития творческих/креативных индустрий, или арт-индустрий, которые стали одной из адекватных технологий/средств развития современной инновационной экономики, в том числе сферы культуры и искусства.

**Коммерческие арт-услуги в сфере культуры и искусства**

Сфера культуры - преимущественно некоммерческая деятельность. Это объясняется тем, что при создании продукта культуры - спектакля, концерта, выставки, праздничного мероприятия, преследуется первоначальная цель, не извлечение прибыли, а социальная функция. Однако, в современное время, когда коммерция и рыночные отношения являются господствующими во всем мире, то и в сфере культуры и искусства необходимо ориентироваться на рыночные отношения.

Чтобы рассмотреть специфику коммерческой деятельности в сфере культуры, необходимо рассмотреть основные признаки коммерческой деятельности.

Основные признаки коммерческой организации:

цель деятельности - получение прибыли;

четко определенная в законе организационно-правовая форма;

распределение прибыли между участниками юридического лица.

Также коммерческие организации обладают всеми признаками, присущими юридическому лицу: обладают обособленным имуществом на права собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления, иного вещного права; имущество может быть арендованным.

**Проектный арт-менеджмент**

Проектный менеджмент в сфере культуры и искусства - это синергия инструментов / технологий (управления контентом, сроками, затратами, контрактами, качеством, рисками, персоналом, коммуникациями, поставками) и компетенций (знаний, умений и навыков) для планирования, организации, мотивации, координации, мониторинга и контроля всех аспектов выполнения конкретного проекта с целью достижения ожиданий участников проекта в данной сфере деятельности.

**Технологии продвижения продуктов арт-менеджмента**

Правильно поданная информация о культурном продукте стимулирует мотив для посещения или приобретения этого культурного продукта. Специалист PR «работает» с общественным мнением, внедряя в сознание потребителя культурной продукции ту или иную идею, заставляя зрителя поверить в превосходство над конкурентами предлагаемой услуги, разработанной идеи, мифа.

Поскольку применение средств PR основано на особенностях человеческого восприятия, можно дать ему следующее определение: «Паблик рилейшнз - это деятельность управленца по применению средств убеждения, направленная на формирование, коррекцию или изменение общественного мнения в заданном на правлении с целью усиления конкурентноспособности одной идеи среди множества конкурирующих».

Технологии PR позиционируются в группе маркетинговых коммуникаций, поддерживающих процесс жизнедеятельности продукта. В классической теории маркетинга маркетинговые коммуникации представлены в виде следующей схемы:

Реклама создает образ товара, фирмы, артиста, группы и направлена на достижение осведомленности о них потенциальных зрителей, поклонников, покупателей.

Сейлз промоушн решает задачи побуждения к совершению покупок товара, стимулирует работу арт-менеджера, артиста и дилерской сети (распространителей билетов).

Паблик рилейшнз способствует достижению высокой общественной репутации, благоприятного общественного мнения.

Директ-маркетинг устанавливает долгосрочные двухсторонние коммуникации между арт-менеджером, артистом, группой и потребителем (например, открытие именного сайта в Internet, рассылка адресатам рекламных листовок с отрывными купонами).

В реальной практике маркетинговые коммуникации используются как по отдельности, так и в различных вариантах взаимоотношений.

**Финансово-правовые основы арт-менеджмента**

Охрана интеллектуальной собственности - это важнейшее направление деятельности арт-менеджера. Сегодня законодательство России предполагает различные формы объединения творческих работников. В современной жизни искусства существует множество проблем, связанных как с правами авторов, так и тех, кто, не являясь автором, способствует сохранению и трансляции культурных ценностей. Эти права принято называть смежными. И если история защиты авторских прав насчитывает уже более 200 лет, то смежные права выделены, так или иначе они охраняются на протяжении всего нескольких десятилетий.

Федеральный закон "Об авторском праве и смежных правах" раскрывает термин "изготовитель продукта" как "лицо, взявшее на себя ответственность за изготовления продукта". Поскольку в соответствии с действующим законодательством деятельность по производству продукции не является лицензируемой, любой гражданин может взять на себя инициативу по созданию продукта.

Известно, что некоторые виды искусства, называемые исполнительскими, могут существовать только при наличии посредника между автором и публикой, то есть - исполнителя, который, не являясь создателем самого произведения, вкладывает в его интерпретацию свое время, труд (интеллектуальный и физический), талант и определенные материальные ресурсы. Разумеется, по законам цивилизованного общества все это должно так или иначе вознаграждаться или компенсироваться. Кроме того, когда речь идет о художественных ценностях, имеющих общечеловеческое значение, правовой и экономический аспект такой деятельности многократно усиливается.

**Менеджмент специальных событий в сфере культуры**

Сейчас в нашей стране event management -- один из самых динамично развивающихся инструментов работы BTL-агентств на коммуникационном рынке. Количество агентств, предоставляющих услуги event-менеджмента, постоянно увеличивается, а сами массовые мероприятия постепенно начинают приобретать европейский стиль не только в столице, но и в крупных региональных центрах.

Понятие «событийный менеджмент» (он же «ивент-менеджмент», от англ. «event-management» - «управление событиями») является достаточно растяжимым, хотя сфера его применения в целом кажется вполне ясной.

1. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ УЧАЩИМСЯ ПРИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ.**

Глубокое и прочное усвоение курса предполагает активную деятельность студентов, как в аудитории, так и при самостоятельной работе. Лекционный материал раскрывает в основном теоретические аспекты рассматриваемых вопросов. Необходимо обращаться для дополнения лекционного материала к рекомендуемой преподавателем литературе. Семинарские занятия направлены на выработку навыков и умений работы с литературными источниками, научно-справочными изданиями, с визуальными (изобразительными) источниками, содержащими уникальную информацию о процессах регионализации, о потенциале и ресурсах развития регионов. Индивидуальные задания должны выполняться строго в соответствии с графиком, установленным преподавателем. Главное условие успешности в освоении учебной дисциплины – это систематические занятия. Для более полного понимания изучаемого материала следует задавать вопросы непосредственно на лекциях и практических занятиях. Домашние задания, которые предлагаются после каждого практического занятия, рекомендуется выполнять с опорой на рассмотренный материал на занятии и сразу же после занятия, это позволит установить, насколько усвоен материал; Полезно посещать все лекции, практические занятия и консультации; При конспектировании наиболее важный материал следует выделять особо (обвести в рамку, поставить на полях специальные символы и т.п.); При подготовке к аудиторной самостоятельной работе нужно просмотреть весь лекционный материал, вопросы, решаемые на практических занятиях и при самоподготовке, учесть рекомендации преподавателя к особенностям подготовки по отдельным темам; На экзамене в процессе подготовки к ответу по теоретическому вопросу целесообразно составить письменный план предстоящего ответа.

1. **Работа с информативными источниками**

**1. 1. Подготовка конспекта первоисточника**

***Написание конспекта первоисточника***(статьи, монографии, учебника, книги) – представляет собой вид внеаудиторной самостоятельной работы студента по созданию обзора информации, содержащейся в объекте конспектирования, в более краткой форме. В конспекте должны быть отражены основные принципиальные положения источника, основные методологические положения работы, аргументы, этапы доказательства и выводы. Ценность конспекта значительно повышается, если студент излагает мысли своими словами, в лаконичной форме.

Особо значимые места, примеры выделяются цветным подчеркиванием, взятием в рамку, пометками на полях, чтобы акцентировать на них внимание и прочнее запомнить. Недопустимо формальное переписывание из источника текста целыми абзацами и параграфами.

Работа выполняется письменно. Приветствуется составление развернутого плана прочитанного текста. Контроль может проводиться и в виде проверки конспектов преподавателем.

*Деятельность студента:*

 - читает материал источника, выбирает главное и определяет второстепенные моменты;

- устанавливает логическую связь между элементами темы;

- выделяет ключевые слова и понятия;

- заменяет сложные развернутые обороты текста более  
лаконичными (свертывание).

*Критерии оценки:*

- содержательность конспекта, соответствие плану;

- отражение основных положений, результатов работы  
автора, выводов;

- ясность, лаконичность изложения мыслей;

- наличие схем, графическое выделение особо значимой  
информации;

- соответствие оформления требованиям;

- аккуратность ведения конспекта;

- конспект сдан в срок.

**1.2. Составление плана текста**

***План текста*** – это последовательное отображение его ключевых частей в кратких, но четких формулировках, которые полностью соответствуют основной теме и содержанию текста. Для того чтобы составить качественный план, необходимо опираться на основные правила.

*Инструкция:*

1. Сначала прочитайте весь текст от начала до конца. Читайте вдумчиво, не торопитесь. Если вам попадается непонятное слово, обязательно выясните его значение в словаре.

2. Затем определите тему текста и его основную мысль. Тема – это то, о чем говорится в тексте, а основная мысль – это то, для чего он написан. Если у вас не получается сформулировать, прочтите текст еще раз.

3. Далее разделите текст на смысловые части. Внимательно прочитайте каждую из частей. Выделите в ней главное и озаглавьте.

4. Запишите пункты составленного плана на черновик. Снова прочитайте текст.  
Обратите внимание на следующее:  
- последовательно ли отражаются повороты сюжета текста;  
- точны ли формулировки пунктов;  
- не повторяются ли заголовки;  
- все ли главное вы выделили;  
- отражена ли тема и основная мысль текста в вашем плане.

5. Если погрешностей вы не заметили, то следует проверить себя. Перескажите или письменно изложите текст, руководствуясь составленным вами планом. Если план составлен хорошо, то вы без проблем сможете воспроизвести исходный текст.

6. Теперь аккуратно перепишите окончательный вариант плана в тетрадь.

* 1. **Оформление выписки из текста**

В толковом словаре говорится: «Выписать - значит списать какое-нибудь нужное, важное место из книги, журнала, сделать выборки» (от слова «выбрать»). Вся сложность выписывания заключается как раз в умении найти и выбрать нужное из одного или нескольких текстов. Выписки особенно удобны, когда требуется собрать материал из разных источников. Они могут служить подспорьем для более сложных видов записей, таких как тезисы, конспекты. Выписки можно составлять в гибкой форме, которая облегчала бы их накопление, изменение, а также подбор по какому - либо признаку или принципу.

*Инструкция:*  
1. Выписки делайте после того, когда текст прочитан целиком и понятен в целом.   
2. Остерегайтесь обильного автоматического выписывания цитат, взамен творческого освоения и анализа текста.   
3. Выписывать можно дословно (цитатами) или свободно, когда мысли автора излагаются своими словами. Большие отрывки текста, которые трудно цитировать в полном объеме, старайтесь, предельно сократив формулировку и сконцентрировав содержание, записать своими словами. Яркие и важнейшие места приводите дословно.

4. Записывая цитаты, заключайте их в кавычки, оберегайте текст от искажений. Но если выписки делаются из одного и того же текста, кавычки возле каждой цитаты можно не ставить. В этом случае все свои мысли излагайте на полях тетради, строго отделяя от цитируемого текста. Цитата, вырванная из текста, часто теряет свой смысл, поэтому не обрывайте мысль автора.

* 1. **Правила оформления тезисов**

***Тезисы*** позволяют обобщить изучаемый материал, выразить его суть в кратких формулировках, помогая раскрыть содержание книги, статьи и доклада. Тезисы принято подразделять на основные, простые, сложные. Простые тезисы (иногда их записывают в виде цитат) обнаруживаются при первоначальном ознакомлении с текстом, а основные можно составить лишь при уяснении сути и направленности источника в целом.

Основные тезисы часто создаются на базе простых, путем их обобщения, переделки и исключения как второстепенных.

Существенную помощь при написании тезисов оказывает предварительно составленный план, который полезно приложить к тезисам.

Если тезисы составляются к пунктам сложного плана, то главным пунктам могут соответствовать основные тезисы, подпунктам -простые тезисы.

*Инструкция:*   
1. При составлении тезисов не приводите факты и примеры.  
2. Сохраняйте в тезисах самобытную форму высказывания, оригинальность авторского суждения, чтобы не потерять документальность и убедительность.  
3. Изучаемый текст читайте неоднократно, разбивая его на отрывки; в каждом из них выделяйте главное, и на основе главного формулируйте тезисы.  
4. Полезно связывать отдельные тезисы с подлинником текста (на полях книги делайте ссылки на страницы или шифры вкладных листов).  
5. По окончании роботы над тезисами сверьте их с текстом источника, затем перепишите и пронумеруйте.

* 1. **Правила оформления схемы-конспекта**

***Конспект-схема*** - это схематическая запись прочитанного. Наиболее распространенными являются схемы «генеалогическое древо» и «паучок». В схеме «генеалогическое древо» выделяются основные составляющие наиболее сложного понятия, ключевые слова и т.п. и располагаются в последовательности «сверху вниз» -от общего понятия к его частным составляющим. В схеме «паучок» название темы или вопроса записывается и заключается в овал, который составляет «тело паучка». Основные понятия записывают на схеме так, что они образуют «ножки паучка». Для того чтобы усилить устойчивость «ножки», к ним присоединяют ключевые слова или фразы, которые служат опорой для памяти.

*Инструкция:*

1. Подберите факты для составления схемы и выделите среди них основные, общие понятия.  
   2. Определите ключевые слова, фразы, помогающие раскрыть суть основного понятия.  
   3. Сгруппируйте факты в логической последовательности, дайте название выделенным группам.  
   4. Заполните схему данными.

активнее употребляются пассивные конструкции (глагольные и причастные).

**2. Реферирование**

***Реферат (***от лат. referre, что означает «сообщаю») представляет собой краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания научного труда литературы по теме с раскрытием его основного содержания по всем затронутым вопросам, сопровождаемое оценкой и выводами референта. Он должен дать читателю объективное представление о характере освещаемой работы, изложить наиболее существенные моменты ее содержания.

В отличие от аннотации реферат не только дает ответ на вопрос, о чем говорится в первичном печатном документе, но и что говорится, т.е. какая

основная информация содержится в реферируемом первоисточнике. Реферат

дает описание первичного документа, оповещает о выходе в свет и о наличии

соответствующих первичных документов, также он является источником для

получения справочных данных и самостоятельным средством научной информации. Реферат может быть выполнен в письменном виде и в форме

устного доклада.

Цель реферата – дать читателю относительно полное представление о затронутых в первоисточнике вопросах и трем самым освободить пользователя от необходимости полного перевода первоисточника.

Различают два основных вида рефератов:

1. Информативный реферат (реферат-конспект).

2. Индикативный реферат (реферат-резюме).

Информативный реферат содержит в обобщенном виде все основные положения оригинала, сведения о методике исследования, использовании оборудования и сфере применения. Наиболее распространенной формой является информативный реферат.

В индикативном реферате приводятся не все положения, а лишь только те, которые тесно связаны с темой реферируемого документа.

Рефераты, составленные по одному источнику, называются монографическими. Рефераты, составленные по нескольким источникам на одну тему, являются обзорными.

В реферате материал подается в форме консультации или описания фактов. Информация излагается точно, кратко, без искажений и субъективных оценок. Краткость достигается во многом за счет использования терминологической лексики, а также применения таблиц, формул, иллюстраций. В тексте реферата не должно быть повторений и

общих фраз. Исключается использование прямой речи и диалогов.

В ходе реферирования всегда выполняются две задачи:

* выделение основного и главного;
* краткое формулирование этого главного.

*Инструкция:*

1. Проводится беглый просмотр первичного документа и ознакомление с общим смыслом. Обращается внимание на заголовки, графики, рисунки и т.д.

2. Текст читается вторично более внимательно для ознакомления с общим содержанием и для целостного восприятия. На данном этапе определяются значения незнакомых слов по контексту и по словарю.

3. Определяется основная тема текста.

4. Проводится смысловой анализ текста с целью выделения абзацев, содержащих информацию, которая подтверждает, раскрывает или уточняет заглавие текста. Абзацы, содержащие информацию по теме, отмечаются знаком (+), где нет существенной информации знаком (-). Абзацы, требующие проведения дополнительного анализа, отмечаются знаком (?).

5. Перечитываются абзацы, вызвавшие трудность в понимании. Если возникает.

6. Определяется ключевая мысль каждого абзаца, отмеченного знаком (+). Таким образом, составляется логический план текста. Желательно все пункты плана формулировать назывными предложениями, оставляя на бумаге после каждого пункта плана свободное место для последующего формулирования главной мысли этого раздела. Главная мысль и доказательства записываются одним или двумя краткими предложениями.

Подводя итог, можно резюмировать следующее:

1. Реферат - это композиционно организованное, обобщенное изложение содержания источника информации (статьи, ряда статей, монографии и др.).

2. Реферат состоит из трех частей: общая характеристика текста (выходные данные, формулировка темы); описание основного содержания; выводы референта. Реферат должен раскрывать основные концепции исходного текста.

3.Цель реферирования: создать "текст о тексте". Следует избегать связок типа: в 1 абзаце, во 2 абзаце и т.д.

**3. Подготовка информационного сообщения**

***Подготовка информационного сообщения***– это вид внеаудиторной самостоятельной работы по подготовке небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на практическом занятии. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами. Оформляется задание письменно, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

*Деятельность студента:*

* собирает и изучает литературу по теме;
* составляет план или графическую структуру сообщения;
* выделяет основные понятия;
* вводит в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения;
* оформляет текст письменно;
* сдаёт на контроль преподавателю и озвучивает в установленный срок.

*Инструкция.*

Так как сообщение носит чисто информативный характер, время на его озвучивание должно составлять не более 5 – 7 минут.

*Критерии оценки:*

* актуальность темы;
* соответствие содержания теме;
* грамотность и полнота использования источников;
* наличие элементов наглядности.

1. **Подготовка и презентация доклада**

***Доклад*** - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, формировать интерес к научному познанию.

*Деятельность студента:*

* собирает и изучает литературу по теме;
* выделяет основные понятия;
* вводит в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения;
* оформляет доклад письменно (иллюстрирует компьютерной презентацией);
* сдаёт на контроль преподавателю и озвучивает в установленный срок.

*Инструкция докладчикам и содокладчикам:*

* Докладчики и содокладчики должны *знать и уметь*:
* сообщать новую информацию;
* использовать технические средства;
* знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации;
* уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы;
* четко выполнять установленный регламент: докладчик - 10 мин., содокладчик - 5 мин.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

***Вступление*** помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать:

* тему презентации (доклада);
* сообщение основной идеи (цели, задачи);
* краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
* живую интересную форму изложения.

***Основная часть***, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами (с иллюстрациями разработанной в компьютерной презентации).

***Заключение*** - это ясное четкое обобщение и краткие выводы.

***Критерии оценки:***

* актуальность темы;
* соответствие содержания теме;
* глубина проработки материала;
* грамотность и полнота использования источников;
* наличие элементов наглядности.

1. **Подготовка реферата**

***Реферат*** – форма письменной работы. Как правило, реферат является самостоятельным библиографическим исследованием студента, носящим описательно-аналитический характер. Объем реферата может достигать 10-15 страниц. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение. Цель написания реферата – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

*Порядок сдачи и защиты рефератов*

1. Реферат сдается на проверку преподавателю за 1-2 недели до зачетного занятия;
2. При оценке реферата преподаватель учитывает:

* соответствие содержания теме;
* грамотность и полноту использования источников
* связность, логичность и грамотность составления;
* оформление в соответствии с требованиями ГОСТ.

1. Защита тематического реферата в рамках часов учебной дисциплины.
2. Защита реферата студентом предусматривает доклад по реферату не более 5-7 минут и ответы на вопросы.

     На защите *запрещено*чтение текста реферата.

Общая оценка за реферат выставляется с учетом оценок за работу, доклад, умение вести дискуссию и ответы на вопросы.

*Содержание и оформление разделов реферата*

**Титульный лист***.*   Является первой страницей реферата и заполняется по строго определенным правилам.

          В верхнем поле указывается полное наименование учебного заведения.

          В среднем поле дается заглавие реферата, которое проводится без слова "тема" и в кавычки не заключается.

          Далее, ближе к левому краю титульного листа, указываются фамилия, инициалы студента, написавшего реферат, а также его курс и группа. Ниже указываются фамилия и инициалы преподавателя - руководителя работы.

          В нижнем поле указывается год написания реферата.

     После титульного листа помещают ***содержание*,** в котором приводятся все заголовки работы и указываются страницы, с которых они начинаются. Заголовки содержания должны точно повторять заголовки в тексте. Сокращать их или давать в другой формулировке и последовательности нельзя.

**Введение.**  Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, цель реферата, указывается объект / предмет / рассмотрения, приводится характеристика источников для написания работы и краткий обзор имеющейся по данной теме литературы. Актуальность предполагает оценку своевременности и социальной значимости выбранной темы, обзор литературы по теме отражает знакомство автора реферата с имеющимися источниками, умение их систематизировать, критически рассматривать, выделять существенное, определять главное.

**Основная часть**. Содержание этой части должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать. Исследователь должен показать умение сжато, последовательно и аргументировано излагать материал, обобщать, анализировать, делать логические выводы.

**Заключительная часть.** Предполагает последовательное, логически стройное изложение обобщенных выводов по рассматриваемой теме.

**Библиографический список использованной литературы**.

В работах используются следующие способы построения библиографических списков: по алфавиту фамилий, авторов или заглавий; по тематике; по видам изданий; по характеру содержания; списки смешанного построения. Литература в списке указывается в алфавитном порядке.

В **приложении**помещают вспомогательные или дополнительные материалы, которые загромождают текст основной части работы / таблицы, карты, графики, неопубликованные документы, переписка и т.д. Каждое приложение должно начинаться с нового листа / страницы / с указанием в правом верхнем углу слова "Приложение" и иметь тематический заголовок. При наличии в работе более одного приложения они нумеруются арабскими цифрами / без знака " № " /, например, " Приложение 1".

* *Реферат оценивается исходя из следующих критериев:*
* поставлена ли цель в работе;
* сумел ли студент самостоятельно составить логический план к теме и реализовать его;
* каков научный уровень реферата;
* собран ли достаточный фактический материал;
* удалось ли раскрыть тему;
* показана ли связь рассматриваемой темы с современными проблемами науки и общества, со специальностью студента;
* каков авторский вклад в систематизацию, структурирование материала, в составлении заключения;
* достигнута ли цель работы.

1. **Технология организации самостоятельной работы студентов с использованием компьютерных ресурсов**
2. **Подготовка материала-презентации**

***Создание материалов-презентаций***– это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Материалы-презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint. В качестве материалов-презентаций могут быть представлены результаты любого вида внеаудиторной самостоятельной работы, по формату соответствующие режиму презентаций.

Затраты времени на создание презентаций зависят от степени трудности материала по теме, его объема, уровня сложности создания презентации, индивидуальных особенностей студента и определяются преподавателем.

*Деятельность студента:*

* изучает материалы темы, выделяя главное и второстепенное;
* устанавливает логическую связь между элементами темы;
* представляет характеристику элементов в краткой форме;
* выбирает опорные сигналы для акцентирования главной информации и отображает в структуре работы;
* оформляет работу и предоставляет к установленному сроку.

*Критерии оценки:*

- соответствие содержания теме;

- правильная структурированность информации;

- наличие логической связи изложенной информации;

- эстетичность оформления, его соответствие требованиям;

- работа представлена в срок.

*Составление презентации*

К подготовке презентации необходимо подходить очень внимательно, в ней вы должны максимально эффективно и оптимально представить информацию вашего выступления. Разделите свой текст (который вам необходимо подать) на несколько блоков, чтобы составить план и определить число слайдов презентации. Каждый этап должен быть представлен заголовком и несколькими поясняющими предложениями: это могут быть определения, важные факты и т.п.

Внимательно отнеситесь к подбору шрифтов (лучше больший размер, чтобы увидели все), цветов (контрастные для текста и фона), презентация должна быть стильной, выдержанной, не пестрой и разноцветной (только если этого не требует предмет представления).

Нужно составлять презентацию так, чтобы глядя только на нее, вы смогли восстановить весь текст выступления без вспомогательных записей.

Обязательно создайте титульный лист, где нужно указать название темы, ваше имя. Обозначьте также план выступления и его цель. Завершением презентации должны стать выводы – ключевые моменты, на которых вам хотелось бы сделать акцент.

Включайте в презентацию цифры, таблицы, диаграммы и графики, фотографии, рисунки, формулы, такая наглядная подача информации запоминается и воспринимается легче.

Мультимедийные презентации используются для того, чтобы выступающий смог на большом экране или мониторе наглядно продемонстрировать дополнительные материалы к своему сообщению: видеозапись, снимки, чертежи, графики. Эти материалы могут также быть подкреплены соответствующими звукозаписями.

*Общие требования к презентации:*

Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; название выпускающей организации; фамилия, имя, отчество автора; где работает автор проекта и его должность.

Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) урока-презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

* Дизайн-требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста.

***Практические рекомендации по созданию презентаций.***

Создание презентации состоит из трех этапов:

*I. Планирование презентации* – это многошаговая процедура, включающая определение целей, формирование структуры и логики подачи материала.Планирование презентации включает в себя:

1. Определение целей.

2. Сбор информации об аудитории.

3. Определение основной идеи презентации.

4. Подбор дополнительной информации.

5. Планирование выступления.

6. Создание структуры презентации.

7. Проверка логики подачи материала.

8. Подготовка заключения.

*II. Разработка презентации* – методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

*III. Репетиция презентации –* это проверка и отладка созданной презентации.

*Требования к оформлению презентаций*

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков.

**Оформление слайдов:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Стиль** | Соблюдайте единый стиль оформления  Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самопрезентации.  Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями). |
| **Фон** | Для фона предпочтительны холодные тона |
| **Использование цвета** | На одном слайде рекомендуется использовать не более трехцветов: один для фона, один для заголовка, один для текста.  Для фона и текста используйте контрастные цвета.  Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).  Таблица сочетаемости цветов в приложении. |
| **Анимационные эффекты** | Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.  Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде. |

**Представление информации:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Содержание информации** | Используйте короткие слова и предложения.  Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.  Заголовки должны привлекать внимание аудитории. |
| **Расположение информации на странице** | Предпочтительно горизонтальное расположение информации.  Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.  Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней. |
| **Шрифты** | Для заголовков – не менее 24.  Для информации не менее 18.  Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.  Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.  Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.  Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных). |
| **Способы выделения информации** | Следует использовать:   * рамки; границы, заливку; * штриховку, стрелки; * рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов. |
| **Объем информации** | Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут единовременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.  Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде. |
| **Виды слайдов** | Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: с текстом; с таблицами; с диаграммами. |

*Критерии оценивания презентации*

Критерии оценивания презентаций складываются из требований к их созданию.

|  |  |
| --- | --- |
| **Название критерия** | **Оцениваемые параметры** |
| Тема презентации | Соответствие темы программе учебного предмета, раздела |
| Дидактические и методические цели и задачи презентации | Соответствие целей поставленной теме  Достижение поставленных целей и задач |
| Выделение основных идей презентации | Соответствие целям и задачам  Содержание умозаключений  Вызывают ли интерес у аудитории  Количество (рекомендуется для запоминания аудиторией не более 4-5) |
| Содержание | Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях  Все заключения подтверждены достоверными источниками  Язык изложения материала понятен аудитории  Актуальность, точность и полезность содержания |
| Подбор информации для создания проекта – презентации | Графические иллюстрации для презентации; статистика; диаграммы и графики; экспертные оценки; ресурсы Интернет; примеры; сравнения; цитаты и т.д. |
| Подача материала проекта – презентации | Хронология; приоритет; тематическая последовательность; структура по принципу «проблема-решение» |
| Логика и переходы во время проекта – презентации | От вступления к основной части  От одной основной идеи (части) к другой  От одного слайда к другому  Гиперссылки |
| Заключение | Яркое высказывание - переход к заключению  Повторение основных целей и задач выступления  Выводы  Подведение итогов  Короткое и запоминающееся высказывание в конце |
| Дизайн презентации | Шрифт (читаемость); корректно ли выбран цвет (фона, шрифта, заголовков); элементы анимации |
| Техническая часть | Грамматика; подходящий словарь; наличие ошибок правописания и опечаток |

**Критерии оценивания презентаций (баллы)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Параметры оценивания презентации** | **Выставляемая оценка (балл) за представленный проект (от 1 до 3)** |
| Связь презентации с программой и учебным планом |  |
| Содержание презентации. |  |
| Заключение презентации |  |
| Подача материала проекта – презентации |  |
| Графическая информация (иллюстрации, графики, таблицы, диаграммы и т.д.) |  |
| Наличие импортированных объектов из существующих цифровых образовательных ресурсов и приложений Microsoft Office |  |
| Графический дизайн |  |
| Техническая часть |  |
| Эффективность применения презентации в учебном процессе |  |
| **Итоговое количество баллов:** |  |

На каждую представленную презентацию заполняется данная таблица, где по каждому из критериев присваиваются баллы от 1 до 3, что соответствует определённым уровням развития ИКТ-компетентности: 1 балл – это низкий уровень владения ИКТ-компетентностью, 2 балла – это средний уровень и, наконец, 3 балла – высокий уровень владения ИКТ-компетентностью.

**3.4. Методические указания к анализу кейсов – практических ситуаций**

***Кейс***представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения. Обычно кейс содержит схематическое словесное описание ситуации, статистические данные, а также мнения и суждения о ситуациях, которые трудно предсказать или измерить. Кейс охватывает такие виды речевой деятельности как чтение, говорение и письмо. Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал.

*Типы кейсов:*

* *Структурированный кейс,* в котором дается минимальное количество дополнительной информации.
* *Маленькие наброски,* содержащие, как правило, 1-10 страниц текста.
* *Большие неструктурированные кейсы* объемом до 50 страниц.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда ***принципов***:

* использовать знания, полученные в процессе лекционного курса;
* внимательно читать кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопиться с выводами;
* не смешивать предположения с фактами.

*Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:*  
1. Выделение проблемы.   
2. Поиск фактов по данной проблеме.   
3. Рассмотрение альтернативных решений.   
4. Выбор обоснованного решения.   
При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

**4. Требования к оформлению СРС**

При выполнении самостоятельных работ с информационными источниками рекомендуется оформлять сообщение в формате А-4 в печатном виде.

Шрифт – Times New Roman – 14, со следующими полями: левое – 3 см, правое – 1,5 см, верхнее и нижнее – 2 см, междустрочный интервал - одинарный.

Страницы нумеруются (на титульном листе и содержании номер страницы не ставится, хотя эти 2 листа входят в общую нумерацию страниц, поэтому нумерация основного текста работы начинается с 3 страницы). Номера страниц проставляются арабскими цифрами внизу страницы, выравнивание по ширине.

*Список литературы* составляется в алфавитном порядке фамилий авторов или названий произведений (при отсутствии фамилии автора). В списке применяется общая нумерация литературных источников. При оформлении исходных данных источника указываются фамилия и инициалы автора, название работы, место и год издания, общее количество страниц.

*Приложения* оформляются на отдельных листах, причем каждое из них должно иметь свой тематический заголовок и в правом верхнем углу надпись: «Приложение» с указанием его порядкового номера; если приложений несколько, то: «Приложение 1», «Приложение 2» и т.д.

1. **Критерии оценки внеаудиторной самостоятельной работы студентов**

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка** | **Критерии оценивания** |
| **Оценка «5»** | ставится, если обучающийся: творчески планирует выполнение работы; самостоятельно и полностью использует знания программного материала; правильно и аккуратно выполняет задание; умеет пользоваться справочной литературой, наглядными пособиями, приборами и другими средствами. |
| **Оценка «4»** | ставится, если обучающийся: правильно планирует выполнение работы; самостоятельно использует знания программного материала; в основном правильно и аккуратно выполняет задание; умеет пользоваться справочной литературой, наглядными пособиями, приборами и другими средствами. |
| **Оценка «3»** | ставится, если обучающийся: допускает ошибки при планировании выполнения работы; не может самостоятельно использовать значительную часть знаний программного материала; допускает ошибки и неаккуратно выполняет задание; затрудняется самостоятельно использовать справочную литературу, наглядные пособия, приборы и другие средства. |
| **Оценка «2» и ниже** | ставится, если обучающийся: не может правильно спланировать выполнение работы; не может использовать знания программного материала; допускает грубые ошибки и неаккуратно выполняет задание; не может самостоятельно использовать справочную литературу, наглядные пособия, приборы и другие средства. |

**Образовательные технологии**

**Лекция**. Рекомендуется использовать различные типы лекций: ввод-ную, мотивационную (способствующую проявлению интереса к осваиваемой дисциплине), подготовительную (готовящую студента к более сложному материалу), интегрирующую (дающую общий теоретический анализ предшествующего материала), установочную (направляющую студентов к источникам информации для дальнейшей самостоятельной работы), междисциплинарную. Содержание и структура лекционного материала должны быть направлены на формирование у студента соответствующих компетенций и соотноситься с выбранными преподавателем методами контроля и оценкой его усвоения.

**Семинар**. Этот метод обучения должен проходить в различных диалогических формах – дискуссий, анализа музыкальных произведений, выполнения творческих заданий, психологических и иных тренингов, обсуждения результатов студенческих работ (курсовых, рефератов, творческих работ и т.д.), вузовских конференций.

**Инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе**. Основаны на использовании современных достижений науки и информационных технологий (применение электронных мультимедийных учебников и учебных пособий, при чтении лекций используются электронные презентации). Направлены на повышение качества подготовки путем развития у студентов творческих способностей и самостоятельности (методы проблемного обучения, исследовательские методы, тренинговые формы, рейтинговые системы обучения и контроля знаний и др.).