МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный художественно-промышленный университет им. С.Г. Строганова"
(РГХПУ им. С.Г. Строганова)



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и воспитательной работе
_____ В.В.Слепухин
«21» июня 2023 г.

МП

# Р А Б О Ч А Я  П Р О Г Р А М М А

По дисциплине Б 1.О.01 «Стратегия создания нового продукта

Направление подготовки 54.04.01 Дизайн

Программа подготовки «Дизайн текстиля и современные технологии»

Квалификация выпускника магистр

Форма обучения очно-заочная

Институт, факультет Дизайн

Кафедра-разработчик рабочей программы «Истории искусств и гуманитарных наук»

Курс 2

Семестр 3

| | Часы | Зачетные единицы |
|---|---|---|
| Лекции | 34 | 0,95 |
| Практические занятия | 2 | 0,05 |
| Семинарские занятия | | |
| Лабораторные занятия | | |
| Самостоятельная работа | 72 | 2,0 |
| Форма аттестации<br>Зачет: | | |
| Всего | 108 | 3,0 |

Москва, 2023 г.

Рабочая программа составлена с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования № 1004 от 13.08.2020г. по направлению 54.04.01 Дизайн
По программе подготовки «Дизайн текстиля и современные технологии» на основании учебного плана набора обучающихся 2023 г.

Разработчик программы:
д. иск., профессор  А.Н. Лаврентьев

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Истории искусств и гуманитарных наук,
протокол от 28 апреля 2022 г. № 15

Зав. кафедрой,  К.Н. Гаврилин

**С О Г Л А С О В А Н О**

Проректор по учебной работе
и стратегическому развитию
образовательной деятельности  В.В. Слепухин

Начальник Учебного управления  Е.Ф.Глумова

1. ***Цели освоения дисциплины***

**Цели и задачи освоения дисциплины «Стратегия создания нового продукта»** теоретическая, методологическая и проектно-аналитическая подготовка будущих магистров дизайна в части проведения предпроектных исследований, анализа требований рынка, социума и культуры в части определения стратегий и тактик разработки инновационных предложений для промышленного производства, системы коммуникаций и брендинга товаров.

2. ***Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы***

Дисциплина «Стратегия создания нового продукта» относится к обязательной части ОП и формирует у магистров по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн набор специальных знаний и компетенций.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОП и изучается параллельно с дисциплиной «Право интеллектуальной собственности», проектными дисциплинами и необходима для подготовки выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) и дальнейшей профессиональной деятельности

3. ***Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины***

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

ОПК-3. Способен разрабатывать концептуальную проектную идею; синтезировать набор возможных решений и научно обосновать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, среда, полиграфия, товары народного потребления); выдвигать и реализовывать креативные идеи

ОПК-4. Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу

***В результате освоения дисциплины обучающийся должен:***

**Знать**:

УК-3.1. принципы организации проектной деятельности в коллективе как системно организованного процесса

ОПК-3.1. принципы ведения предпроектных исследований и проектной деятельности в дизайне, роль концептуально поисковой составляющей при разработке проектов в области культуры, искусства и дизайна

ОПК-4.1 принципы разработки, организации и проведения художественно-творческих мероприятий в области культуры, искусства и дизайна на базе творческого опыта истории материальной и духовной культуры, современных тенденций в сфере культуры, искусства и дизайна

**Уметь:**

УК-3.2. организовать и координировать проектную работу коллектива, поддерживать творческую инициативу участников и выделять потенциально значимые и продуктивные проектные идеи

ОПК-3.2. применять знания истории дизайна и истории искусства в предпроектных исследованиях, формулировать особенности концептуальной составляющей авторского

или коллективного проекта
ОПК-4.2 применять творчески- исследовательские и организаторские навыки при разработке, организации и проведении художественно-творческих мероприятий в области культуры, искусства и дизайна

**Владеть:**

УК-3.3. навыками руководителя и лидера, арт- директора проекта
ОПК-3.3 методологией ведения предпроектных исследований и проектной деятельности, навыками разработки проектных концепций на базе творческих предложений и научных исследований
ОПК-4.3. методами поиска, отбора, анализа и группировки историко-культурного и актуального проектно-художественного материала при разработке организации и проведении художественно-творческих мероприятий в области культуры, искусства и дизайна

### *4. Структура и содержание дисциплины «*Стратегия создания нового продукта*»*

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Процесс изучения дисциплины включает лекции, практические занятия, самостоятельную работу.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет

| № п/п | Раздел дисциплины | Семестр | Виды учебной работы (в часах) | | | Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по разделам |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Лекции | Практические работы | СРС | |
| 1 | Тема 1. – Тема 2 | 3 | 10 | 0,25 | 18 | Рубежный контроль-тестирование |
| 2 | Тема 3. – Тема 4 | 3 | 12 | 1 | 36 | Рубежный контроль – презентация |
| 3 | Тема 5. – Тема 7 | 3 | 12 | 0,5 | 18 | Дискуссия, технология устного опроса |
| | Промежуточная аттестация | 3 | | 0,25 | | **Зачет** |
| | **Итого часов:** | | **34** | **2** | **72** | |

### *5. Содержание лекционных занятий*

| № п/п | Раздел/тема | Темы лекционных занятий | Часы | Формируемые компетенции |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **Тема 1. Продукт и бренд.** | Что такое «Новый продукт». Мотивация разработки нового дизайн- продукта. Что такое «бренд». Капитал бренда, платформа бренда, бренд- атрибуты. Новый продукт как бренд-атрибут. Роль нового продукта в стратегии развития предприятия, | 4 | ОПК-3.1 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | жизни потребителя и культурной жизни социума. Продвижение новых продуктов в истории дизайна XX века. Стратегии создания брендов и рождение новых продуктов. Влияние новых технологий на создание новых продуктов. | | |
| 5 | **Тема 2. Потребитель и аспект потребления в разработке нового продукта** | Что такое потребление, роль потребления в культурной жизни общества, роль потребления в индустрии и её развитии. Запланированное устаревание. Потребительские аспекты продукта. Исследование потребностей, каналов сбыта и продвижения продукта. Уникальное потребительское предложение. | 6 | ОПК-3.1 |
| 7 | **Тема 3. Позиционирование нового продукта и ценообразование.** (*презентация*) | Сегментация потребителей и определение целевого сегмента. Анализ рынка, анализ аналогов и дифференциация продукта. Техническо- экономические и ценностные показатели ценообразования | 2 | УК-3.1, ОПК-3.1 |
| | **Тема 4. Основные этапы процесса разработки и вывода продукта на рынок.** (*презентация*) | Бриф и его структура. Взаимодействие службы дизайна с другими производственными службами и подразделениями компаний, службами каналов сбыта продукции. Анализ сильных и слабых сторон нового продукта. SWOT - анализ при создании нового товара. Агрегация маркетологических исследований в единую систему, составление проектной задачи, выдвижение гипотез и идей продукта проектирования. | 6 | УК-3.1, ОПК-3.1 |
| | **Тема 5. Креативная часть разработки нового продукта** | Разработка образа продукта на основании гипотез. Выдвижение художественных концепций. Разработка нейминга продукта на основании гипотез. Методы разработки концепций и создания нового продукта. ТРИЗ - теория решения изобретательских задач Г. Альтшуллтера, мозговой штурм, латеральный сдвиг и другие методы творческого мышления. | 6 | УК-3.1, ОПК-3.1 ОПК-4.1 |
| | **Тема 6. Планирование производства, дистрибуции и** | Организация производственных и бизнес-процессов, процессы выведения продукта на рынок. Особенности и проблемы процесса разработки и выведения на рынок | 6 | УК-3.1, ОПК-3.1 ОПК-4.1 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **рекламных активностей.** *(проблемная лекция)* | новых товаров в системе внешних и внутренних факторов фирмы. Успехи и неудачи фирм. Провалы (абсолютный и относительный) новых товаров. Продвижение нового товара на рынок. Субъекты рынка: новаторы и последователи. Коммуникация фирмы с потребителем для продажи товара. Роль современных способов коммуникации в продвижении нового продукта. Маркетинговые механизмы привлечения новых клиентов. Воронка продаж. | | |
| | **Тема 7. Оценка и контроль результатов запуска** *(технологии)* | Методы оценки бизнес-идей. Многокритериальная портфельная матрица General Electric и McKinsey. Многокритериальная матрица продуктового портфеля (MDA). Показатели конкурентоспособности. Анализ факторов, формирующих техническую и экономическую стороны конкурентоспособности товара. Качество как фактор успеха: качество изготовления, обслуживания (сервис). Современное понимание понятия качества товара по ИСО 9000:2000. | 4 | УК-3.1, ОПК-3.1 ОПК-4.1 |

## *6. Содержание практических занятий*

| № п/п | Раздел дисциплины | Часы | Тема практической работы | Формируемые компетенции |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Тема 1 – 2 | 0,25 | Тестирование по темам | ОПК-3.1 ОПК-3.2 |
| 2 | **Тема 5.** | 1 | Презентации самостоятельных работ студентов | УК-3.1, УК-3.2, ОПК-3.1 ОПК-3.3 ОПК-4.1, ОПК-4.2 |
| 3 | **Тема 6.** | 0,25 | Обсуждение проблемной лекции. | УК-3.1, УК-3.2, ОПК-3.1 ОПК-3.3 ОПК-4.1, ОПК-4.2 |
| | **Промежуточная аттестация** | 0,25 | Технология устного опроса | УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3 ОПК-3.1, ОПК-3.2. ОПК-3.3. ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3. |
| | **ИТОГО** | **4** | | |

## *7. Самостоятельная работа*

| Темы, выносимые на самостоятельную работу- | Часы | Форма СРС | Формируемые компетенции |
|---|---|---|---|

| | | | |
|---|---|---|---|
| Тема 1. Продукт и бренд. | 6 | Изучение материалов лекции, рекомендованной литературы с применением информационно-коммуникационных технологий | ОПК-3.1 |
| Тема 2. Потребитель и аспект потребления в разработке нового продукта | 12 | Изучение материалов лекции, рекомендованной литературы, подготовка к тестированию, сбор материала, подготовка презентации | ОПК-3.1 |
| Тема 3. Позиционирование нового продукта и ценообразование. | 18 | Изучение материалов лекции, рекомендованной литературы, подготовка презентации | УК-3.1, УК-3.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2. |
| Тема 4. Основные этапы процесса разработки и вывода продукта на рынок. | 18 | Изучение материалов лекции, рекомендованной литературы, подготовка презентации | УК-3.1, УК-3.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2. |
| Тема 5. Креативная часть разработки нового продукта | 12 | Изучение материалов лекции, рекомендованной литературы, выполнение индивидуального задания -презентации, готовность 100%) | УК-3.1, УК-3.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2. ОПК-4.1, ОПК-4.2. |
| Тема 6. Планирование производства, дистрибуции и рекламных активностей. | 2 | Изучение материалов лекции, рекомендованной литературы, подготовка к практическому занятию | УК-3.1, УК-3.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2. ОПК-4.1, ОПК-4.2. |
| Тема 7. Оценка и контроль результатов запуска | 4 | Изучение материалов лекции, рекомендованной литературы, подготовка к зачету | УК-3.1, УК-3.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2. ОПК-4.1, ОПК-4.2. |
| **ИТОГО** | **72** | | |

**7.1.Примерная тематика презентаций**

1. Дизайнерские инструменты брендинга
2. Корпоративный стиль и философия бренда
3. Целевая аудитория и методы ее исследования
4. Современные российские бренды
5. Проблемы туристического брендинга
6. Брендинг территорий и развитие туризма в России

***8. Использование рейтинговой системы оценки знаний***

При оценке результатов деятельности студентов в рамках дисциплины используется балльно-рейтинговая система. Рейтинговая оценка формируется на основании текущего контроля (1-ая и 2-ая рубежные аттестации), посещаемости и промежуточного контроля. Максимальное и минимальное количество баллов по различным видам контроля описано в Положении о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся:

Промежуточная аттестация по дисциплине представляет собой комплексную оценку, определяемую уровнем выполнения всех запланированных контрольно-оценочных мероприятий, включая посещение аудиторных занятий

1 рубежная аттестация – от 0 до 20 баллов

| Российская оценка | **2** | **3-** | **3** | **3+** | **4-** | **4** | **4+** | **5-** | **5** | **5+** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Баллы рубежной аттестации | 0 - 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | **20** |

2 рубежная аттестация – от 0 до 35 баллов

| Российская оценка | **2** | **3-** | **3** | **3+** | **4-** | **4** | **4+** | **5-** | **5** | **5+** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Баллы рубежной аттестации | 0 -17 | 18-21 | 22 | 23-24 | 25-26 | 27 | 28-29 | 30-32 | 33 | 34-**35** |

посещение практических занятий – 20 баллов

итоговая рубежная– от 0 до 25 баллов.

| Российская оценка | **2** | **3-** | **3** | **3+** | **4-** | **4** | **4+** | **5-** | **5** | **5+** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Баллы рубежной аттестации | 0 -12 | 13-15 | 16 | 17 | 18 | 19-20 | 21 | 22 | 23 | 24-**25** |

Итого оценка обучающихся по БРА:

| *Сумма набранных баллов* | до 50 | 51-60 | 61-65 | 66-70 | 71-75 | 76-80 | 81-85 | 86-90 | 91-95 | 96-100 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Российская оценка | **2** | **3** | | | **4** | | | **5** | | |
| | ***незачет*** | ***зачет*** | | | | | | | | |

При изучении дисциплины в 3 семестре предусмотрены практические работы (тестирование, презентация), контрольные вопросы, зачет. За эти контрольные точки студент может получить минимальное и максимальное количество баллов, рейтинговая система оценки знаний представлена в таблице.

| **Оценочные средства** | **Кол-во** | **Min, баллов** | **Max, баллов** |
|---|---|---|---|
| Практическая работа (тестирование) | 1 | 12 | 20 |
| Практическая работа(презентация) | 1 | 18 | 35 |
| Активная работа на занятиях, ведение конспекта лекций | | 8 | 20 |
| Контрольные вопросы | 1 | 13 | 25 |
| **Итого 2 семестр** | | **51** | **100** |

**9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

***9.1 Основная литература***

При изучении дисциплины в качестве основных источников информации, рекомендуется использовать следующую литературу:

1.Давыденко, Е.А. Маркетинг в информационном обществе=MARKETING IN THE INFORMATION SOCIETY : учебное пособие / Е.А. Давыденко, М.А. Евневич. - Москва : Креативная экономика, 2018. - 169 с. : табл., граф., схем., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-91292-228-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498917

2.Анисимов, Н.В. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФУНКЦИЙ ДИЗАЙНА В УСЛОВИЯХ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ [Электронный ресурс] // Культурная жизнь Юга России. — Электрон. дан. — 2016. — № 1. — С. 14-17. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/issue/297908.

3.Котова, Н.С. «ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ» КАК НОВЫЙ ПОДХОД ОБУЧЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В МАГИСТРАТУРЕ [Электронный ресурс] / Н.С. Котова, О.А. Митусова, Е.А. Гельпей. // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. — Электрон. дан. — 2018. — № 3. — С. 47-51. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/issue/309045

4.Годин, А.М. Брендинг : учебное пособие / А.М. Годин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 184 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02629-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899

***9.2 Дополнительная литература***

В качестве дополнительных источников информации, рекомендуется использовать следующую литературу:

1.Путинцева, Т.А. ТЕХНОЛОГИИ ПОИСКА КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ В ДИЗАЙНЕ «ЗНАКОВЫХ ФОРМ» [Электронный ресурс] // Вестник Оренбургского государственного университета. — Электрон. дан. — 2015. — № 5. — С. 57-62. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/issue/296660.

2.Степаненко, А.А. ИНСТРУМЕНТ НЕЛИНЕЙНОГО ДИЗАЙНА ОБЪЕКТОВ. [Электронный ресурс] / А.А. Степаненко, М.Г. Дудник. — Электрон. дан. // Juvenis scientia. — 2016. — № 3. — С. 32-36. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/journal/issue/298029

3.Барден Ф. Взлом маркетинга: Наука о том, почему мы покупаем / Фил Барден; пер. с англ. И. Антипкиной. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 304 с. ISBN 978-5-00057-231-3

4. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Жан-Ноэль Капферер; пер. с англ. Е.В. Виноградовой; под. общ. ред. В.Н. Домнина. - Москва: Вершина, 2007. - 448 с.: ил., табл. - ISBN 5-9626-0015-0.

5. Дойль. П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. - СПб.: Питер, 2007.

6. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. - СПб.: Питер, 2006. - 806 с.

7. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход. - СПб: Питер, 2001. - 864 с. (в фондах библиотеки)

8. Э. Боно. Серьёзное творческое мышление / Пер. с англ. Д. Я. Онацкая. - Мн.: ООО «Попурри», 2005. - 416 с.: ил. ISBN 985-483-470-0.

***9.3 Электронные источники информации. Основной перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины***

**9.3.1 Базы данных и информационные справочные системы:**

Словари и энциклопедии на Академике dic.academic.ru:;
Большая Советская энциклопедия https://dic.academic.ru/contents.nsf/bse/
Современная энциклопедия https://dic.academic.ru/contents.nsf/enclp/
Большой энциклопедический словарь https://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/
Художественная энциклопедия https://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_pictures/
Энциклопедия культурологии https://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_culture/

**9.3.2. Информационные образовательные ресурсы**

федеральный портал Российское образование - http://www.edu.ru

| **Группа** | **Наименование** |
|---|---|
| Библиотеки и образовательные ресурсы РГХПУ им. С.Г. Строганова | Электронная библиотека РГХПУ им. С.Г. Строганова https://mghpu.ru/library |
| | Электронно-библиотечная система (ЭБС) ЛАНЬ https://e.lanbook.com/ |
| | Арт-портал на сайте РГХПУ им. С.Г. Строганова art.biblioclub.ru |

***10. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины***

Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся и итоговой (государственной итоговой) аттестации разработана согласно положению о Фондах оценочных средств, рассматривается как составная часть рабочей программы и оформлена отдельным документом.

***11. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)***

В качестве материально-технического обеспечения при проведении занятий по дисциплине используются средства и оборудование кафедры: презентационное мультимедийное оборудование, наглядные пособия. Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектованы учебной мебелью и оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук), комплект электронных презентаций / слайдов.

***11.1 Информационные технологии***

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий

***Локальные информационные технологии***

| №п/п | Наименование | Доступность для студентов |
|---|---|---|
| 1 | программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет «Yandex» Лаборатория Касперского | Доступно в компьютерных классах и в аудиториях для самостоятельной работы РГХПУ им. С.Г. Строганова |
| 2 | Adobe Creative Cloud для рабочих групп | |
| 3 | Офисный пакет Microsoft Office 365 | |
| 4 | Adobe: Photoshop, Premier | |
| 5 | VLC video player | |

## 12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для освоения дисциплины предусмотрены различные виды учебной деятельности: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся и т.д. Обучение проводится последовательно путем чтения лекций с углублением и закреплением полученных знаний в ходе самостоятельной работы с последующим переводом этих знаний в умения, которые отрабатываются в ходе выполнения практических работ.

На лекциях излагаются лишь основные, имеющие принципиальное значение и наиболее трудные для понимания и усвоения вопросы. Остальные знания расширяются и закрепляются студентами в ходе самостоятельной работы и на практических занятиях.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине состоит из следующих видов работы:

- расширения и закрепления теоретического материала, полученного на лекциях, путем подготовки к тестам;
- изучения теоретического материала в ходе подготовки к практическим занятиям;
- выполнения различных видов работ для самостоятельной подготовки по разделам курса

| **Вид учебных занятий** | **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) по видам учебных занятий** |
|---|---|
| Лекция | Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля (4-5 см) для дополнительных записей. Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры. Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их. В конспекте дословно записываются определения понятий и категорий. Остальной материал должен быть записан своими словами. Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий. В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д. Работа с конспектом является важным видом самостоятельной работы студентов. Он включает обработку конспекта лекций путем систематизации материала, заполнения пропущенных мест, уточнения схем и выделения главных мыслей основного содержания лекции. Для этого используются имеющиеся учебно-методические материалы и другая рекомендованная литература. С целью улучшения усвоения материала требуется просмотретьконспект сразу после занятий, отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. |

| | |
|---|---|
| Практическое занятие | Подготовка к практическому занятию по дисциплине включает в себя текущую работу над учебными материалами с использованием конспектов и рекомендуемой основной и дополнительной литературы; групповые и индивидуальные консультации; выполнение заданий для самостоятельной работы. Для получения необходимой информации студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Работу с литературой рекомендуется делать в следующей последовательности: беглый просмотр (для выбора глав, статей, которые необходимы по изучаемой теме); беглый просмотр содержания и выбор конкретных страниц, отрезков текста с пометкой их расположения по перечню литературы, номеру страницы и номеру абзаца; конспектирование прочитанного. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, необходимо сформулировать вопросы и обратиться за помощью к преподавателю на консультации или ближайшей лекции. Рекомендуется регулярно отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по ответам на тесты. |
| Самостоятельная работа (изучение теоретической части курса) | При самостоятельном изучении и проработке теоретического курса необходимо повторить законспектированный во время лекции материал и дополнить его с учетом рекомендованной литературы. Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной и научной литературы. Основная функция учебников - ориентировать обучающихся в системе знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине. Поиск ответов на вопросы и выполнение заданий для самостоятельной работы позволяет расширить и углубить знания по курсу, применить теоретические знания в решении задач практического содержания, закрепить изученное ранее. Уровень усвоения материала может быть оценен при ответах на контрольные вопросы по соответствующим темам и разделам дисциплины. |
| Самостоятельная работа | **Этапы создания мультимедийной презентации**<br>**1. Этап проектирования.** Он предполагает следующие шаги:определение целей использования презентации;<br>сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.);<br>формирование структуры и логики подачи материала; создание папки, в которую помещается собранный материал;<br>В процессе проектирования определяются главные идеи доклада, и происходит их обоснование статистикой, документами, аналогиями или наглядными примерами. Необходимо иметь в виду, что все основные идеи должны быть связаны с темой доклада. Учитывая, что слушатели помнят от 4 до 6 разных позиций, следует тщательно отбирать главные идеи. Они должны составить около 85% от продолжительности всей презентации.<br>**2. Этап конструирования** – это разработка презентации с учетом содержания и соотношения текстовой и графической информации. Этот этап включает в себя:<br>определение дизайна слайдов;<br>наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией;<br>включение эффектов анимации, аудио,- видеофайлов и музыкального сопровождения (при необходимости). На отдельных слайдах могут быть использованы эффекты анимации, в виде различных способов появления текста, рисунков, таблиц, фотографий и динамики их движения на экране при просмотре. Однако следует помнить, что в ходе доклада не следует злоупотреблять анимационными возможностями презентации;<br>установка режима показа слайдов. |

| | |
|---|---|
| | **3. Этап моделирования –** это репетиция презентации, которая позволяет осуществить проверку и коррекцию подготовленного материала и определить его соответствие содержанию доклада. |
| | **Требования к содержательной части мультимедийной презентации**<br>Презентация – это инструмент предъявления визуального ряда, поэтому каждый слайд должен иметь простую, понятную структуру и содержать текстовые или графические элементы, несущие в себе зрительный образ как основную идею слайда. Цепочка образов должна полностью соответствовать логике презентации.<br>Содержание презентации должно соответствовать теме доклада.<br>Эффективность применения презентации зависит от четкости и продуманности ее структуры. Для построения структуры следует использовать классический принцип декомпозиции решения задачи, т.е. представлять каждую сложную идею как систему более простых идей.<br>Информация, представленная на слайдах, должна учитывать зону актуального развития слушающих, обеспечивать зону их ближайшего развития, пробуждать познавательный интерес и способствовать развитию психических процессов.<br>Информационная составляющая презентации должна поддерживаться ее эстетическими возможностями, которые не должны быть перенасыщенными и многослойными.<br>Иллюстративный материал слайдов презентации должен быть современным и актуальным, решать задачи доклада.<br>Оформление слайдов должно привлекать внимание аудитории, учитывая психологические особенности восприятия слушателей.<br>Слайды нельзя перегружать ни текстом, ни картинками. Необходимо избегать дословного «перепечатывания» текста доклада на слайды - слайды, перегруженные текстом - не осознаются. Лучше изложить с необходимой точностью и полнотой часть информации, чем сообщить максимум сведений, которые не могут быть в полной мере осмысленны слушающими. Необходимо помнить, что человек моментально может запомнить немного: не более трех фактов, выводов, определений |
| | **Оформление мультимедийной презентации**<br>**1. Цвет.** Цвет по-разному влияет и на первичное восприятие материала, на его запоминание, наконец, на состояние здоровья человека.<br>Сочетание двух цветов – цвета знака и цвета фона – существенно влияет на зрительный комфорт, причем некоторые пары цветов не только утомляют зрение, но и могут привести к стрессу (например, зеленые буквы на красном фоне).<br>Цветовая схема презентации должна быть одинаковой на всех слайдах. На одном слайде рекомендуется использовать не более двух цветов: один – для фона, один – для текста, причем цвета должны сочетаться между собой. |

| | |
|---|---|
| | **2. Фон.** Фон является элементом заднего (второго) плана. Он должен выделять, оттенять, подчеркивать информацию, находящуюся на слайде, но не заслонять ее. Любой фоновый рисунок повышает утомляемость глаз и снижает эффективность восприятия материала. Используйте однородный фон для слайдов (например, белый или серый), так как он не отвлекает внимание от основного содержания и не является раздражающим фактором. Цвет шрифта, оформление шаблона должны быть подобраны так, чтобы все надписи легко читались.<br>На восприятие цвета влияет и возраст человека: дети любят светлые и яркие тона, они гораздо чувствительнее к цвету, чем взрослые. Это же самое можно сказать и о пожилых людях.<br>**3. Шрифт.** Рекомендуется использовать так называемые рубленые шрифты (например, различные варианты Arial или Tahoma), причем размер шрифта должен быть довольно крупный. Предпочтительно не пользоваться курсивом или шрифтами с засечками, так как при этом иногда восприятие текста ухудшается. В некоторых случаях лучше писать большими (заглавными) буквами (тогда можно использовать меньший размер шрифта). Иногда хорошо смотрится жирный шрифт.<br>Не рекомендуется смешивать разные шрифты и злоупотреблять их цветовым оформлением. Очевидно, что заголовки набираются более крупным шрифтом.<br>**4. Единый стиль оформления**. Единство в выборе цвета слайдов презентации, шрифтов, расположения текста, заголовков, рисунков, использования таблиц и т.д. обеспечивает эстетическую составляющую презентации, а также психологический комфорт восприятия и усвоения информации. Вместе с тем, презентация не должна быть однотипной и монотонной, что достигается разумным разнообразием приемов оформления и содержания.<br>**5. Расположение информации на странице.** Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. Предпочтительно горизонтальное расположение материала.<br>**6. Текст**. Объем текста на слайде зависит от назначения презентации. С точки зрения эффективности восприятия текстовой информации, на одном слайде должно быть не более 7 - 10 строк. Слова и предложения – короткие. Временная форма глаголов – одинаковая. Минимум предлогов, наречий, прилагательных.<br>**8. Графики, гистограммы, диаграммы и таблицы**. При демонстрации таблиц, графиков, гистограмм или диаграмм можно использовать анимационный эффект, чтобы осуществлялось последовательное появление текстовой информации.<br>*Диаграммы.* Диаграммы готовятся с использованием мастера диаграмм табличного процессора MS Excel. Данные и подписи не должны накладываться друг на друга и сливаться с графическими элементами диаграммы. Не следует размещать на одном слайдеболее 3-х круговых диаграмм.<br>*Таблицы.* Табличная информация вставляется в материалы как таблица текстового процессора MS Word или табличного процессора MS Excel. Таблицы с большим объемом информации следует размещать на нескольких слайдах (с сохранением заголовков) во избежание мелкого шрифта. Наиболее значимые фрагменты таблицы можно выделить цветом. Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случаецифровой материал, по возможности, лучше представить в виде |

| | |
|---|---|
| | графиков и диаграмм.<br>*Схемы*. Они в презентации позволяют наглядно представить системные отношения между различными компонентами, отобразить логику, упростить, символизировать образы изучаемых объектов, предметов или явлений. При создании схем на слайде важно учитывать следующее:<br>количество элементов на схеме определяется не только назначением презентации, но и возможностями распределения произвольного внимания слушающих;<br>схема должна располагаться в центре слайда, заполняя большую часть его площади;<br>текстовая информация в схеме должна хорошо читаться;<br>схема – это наглядный образ содержания, при выборе цветовой гаммы и конфигурации объектов схемы необходимо об этом помнить;<br>эстетика схемы должна гармонично сочетаться с другими слайдами презентации.<br>*Рисунки, фотографии*. Рисунки и/или фотографии могут использоваться для иллюстрации теоретического материала и привлечения внимания к отдельным положениям темы. Они обеспечивают наглядно-образное представление содержания выступления. Необходимо помнить, что:<br>рисунки и фотографии должны быть качественными, т.е. четкими, красочными, форматными и т.д.;<br>они должны соответствовать текстовому содержанию; каждый рисунок или фотография должны быть подписаны;<br>несколько рисунков (или фотографий) объединяют на одном слайде только при условии их сопоставления, в противном случае, следует придерживаться правила «один слайд – один рисунок»;<br>дизайн рисунков и фотографий должен гармонично вписываться в содержание устного повествования. |
| Подготовка к зачету | Подготовка к зачету предполагает изучение рекомендуемой литературы и других источников, конспектов лекций, повторение материалов практических занятий. |