

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

Должность: ректор

Дата подписания: 28.09.2023 12:37:21

Уникальный программный ключ:

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774736789b9f0cbe

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»  
(г. Краснодар)**

**(НАНЦОУ ВО Академия ИМСИТ)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе, доцент

\_\_\_\_\_ Н.И. Севрюгина

17 апреля 2023 г.

**Б1.В.02**

**Техника и технология рекламной фотографии  
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**

Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 5
аудиторные занятия	48	
самостоятельная работа	59,8	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0	

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Неделя	16	5/6		
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа на аттестации	0,2	0,2	0,2	0,2
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,2	48,2	48,2	48,2
Сам. работа	59,8	59,8	59,8	59,8
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

*К.ф.н. ,доцент Чумичева Н.В.*

Рецензент(ы):

*кфн, доц, Никулин И.О.*

*Луговой А.А. директор по маркетингу и группы компании "Р –класс»*

Рабочая программа дисциплины

**Техника и технология рекламной фотографии**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 26.11.2020 г. № 1456)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 17.04.2023 протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Кафедра рекламы и дизайна**

Протокол от 14.03.2023 №8 \_

Зав. кафедрой к.и.н., доцент Малиш М.А.

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол №9 от 17 апреля 2023 г.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
1.1	Цель освоения дисциплины «Техника и технология рекламной фотографии» - приобретение обучающимися знаний о видах, способах производства и применения, особенностях композиции и восприятия рекламной фотографии, а также формирование представлений о композиции, восприятии фотоснимка, особенностях применения фотографии в рекламе.
1.2	
1.3	Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» нацелена на решение широкого круга задач, основными из которых являются: развитие у обучающихся практических навыков работы с рекламной фотографией, построения композиции рекламного фотоснимка и изучение особенностей восприятия фотографии
<p>Задачи: Задачи дисциплины по коммуникационному виду деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить у обучающихся способность читать информационное сообщение фотоизображения;</li> <li>- развить у обучающихся способность передавать собственные творческие идеи через фотоизображение</li> </ul> <p>Задачи дисциплины по рекламно-информационному виду деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> развить у обучающихся способности грамотного применения фотоизображений в рекламных целях, а также в умении самостоятельно превращать теоретические знания в метод профессионального творчества;</li> <li><input type="checkbox"/> развить у обучающихся способности организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</li> </ul> <p>Задачи дисциплины по информационно-технологическому виду деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> закрепить теорию практическими упражнениями по созданию и применению фотоизображений в рекламе;</li> <li><input type="checkbox"/> способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</li> </ul>	

<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Культурология
2.1.2	Психология
2.1.3	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях
2.1.4	Социология
2.1.5	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации
2.1.6	Пороговый (входной) уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемый для формирования компетенций необходимых для освоения программы дисциплины «Техника и технология рекламной фотографии» связан с дисциплинами и междисциплинарными связями, обеспечивающими формирование компетенций, необходимыми для освоения программы дисциплины «Техника и технология рекламной фотографии».
2.1.7	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Цифровые коммуникации
2.2.2	Создание рекламы с использованием компьютерных технологий
2.2.3	Медиаанализ и медиапланирование

<b>3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения</b>	
<b>ПК-4: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</b>	
<b>ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения
Уровень 2	технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; - технологию создания фотоизображения;
Уровень 3	правила композиции и восприятия фотоизображения
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
Уровень 2	использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения;
Уровень 3	реализовывать творческие способности для создания рекламного образа.
<b>Владеть</b>	

Уровень 1	<input type="checkbox"/> навыками создания рекламного фотоизображения; <input type="checkbox"/> навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа.
Уровень 2	навыками имплементации творческих способностей для создания рекламного образа.
Уровень 3	- технологиями создания фотоизображения;
<b>ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; - технологию создания фотоизображения;
Уровень 2	- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
Уровень 3	технологию создания фотоизображения; - правила композиции и восприятия фотоизображения.
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта: - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
Уровень 2	- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа.
Уровень 3	использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения;
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> навыками создания рекламного фотоизображения; <input type="checkbox"/> навыками реализации творческих способностей для создания рекламного образа
<b>ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; - технические и программные средства для создания рекламного фотоизображения; - технические и программные средства для компьютерной обработки фотографии; - технологию создания фотоизображения;
Уровень 2	технологию создания фотоизображения; - правила композиции и восприятия фотоизображения.
Уровень 3	технологию работы с различными фото-жанрами
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	пользоваться справочной литературой и мануалами по софту для обработки фото
Уровень 2	использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки фотоизображения; - реализовывать творческие способности для создания рекламного образа.
Уровень 3	осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта: - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	навыками работы с зеркальными камерами и приборами освещения
Уровень 2	устанавливать и настраивать световое оборудование
Уровень 3	стилистикой и жанристикой фотоискусства

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	<b>Раздел 1. Устройство фототехники</b>					
1.1	Виды фотокамер. Объектив. Устройства и основные параметры объектива. Экспозиция. Настройки экспозиции. Фокусное расстояние. Глубина резкости. Диафрагма. Затвор. /Лек/	5	16	ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.5 Л1.1 Л1.1 Л1.1 Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.6 Л2.8 Э3 Э4	
	<b>Раздел 2. Изобразительные средства и выразительные возможности фотографии</b>					

2.1	Понятие композиции фотографического снимка. Построение фотографического снимка. Понятие ракурса, высоты точки съёмки, границы кадра. Геометрия фотографии. Движение в статике фотографии. Свет в фотографии. /Пр/	5	32	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л1.5 Л1.1 Л2.7 Э3 Э4
	<b>Раздел 3. Практика создания рекламной фотографии</b>				
3.1	зачет /КА/	5	0,2	ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.5 Л1.1 Л1.1Л2.7 Л1.1 Л1.1 Э1 Э3 Э4
	<b>Раздел 4. Самостоятельная работа студента</b>				
4.1	создание собственных фото-работ  Интеграция фотографии в науку. Назначение фотографии в рекламе. Фотография как средство коммуникации. Фотография и маркетинг. /Ср/	5	59,8	ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.5 Л1.1 Л1.1Л2.3 Л2.4 Л2.7 Л2.8 Э1 Э2 Э4

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии»

1. Первые фотографические опыты.
2. Пикториальная фотография.
3. Фотография как самостоятельный жанр.
4. Уличная фотография.
5. Современные фотографы в рекламе.
6. Современные фотографические творческие объединения.
7. Современные жанры фотографии в рекламе.
8. Область применения современной фотографии.
9. Параметры экспозиции.
10. Понятие композиции фотографического снимка.
11. Понятие ракурса.
12. Высоты точки съёмки.
13. Границы кадра.
14. Знак и символ в фотографии.
15. Кадрирование.
16. Свет в фотографии.
17. Золотое сечение.
18. Содержание фотографии.
19. Текст и контекст.
20. Визуальный язык фотографии.
21. Передача времени в фотографии.
22. Порядок чтения фотографии.
23. "Лобовой" и "Косой" углы в фотографии.
24. Диагонали в композиции фотографии.
25. Фотография как идеализатор поведения в рекламе.
26. Роль фотографии в рекламе.
27. Создание фотографии в целях исследования.
28. Фотография как инструмент исследования.
29. Фотография как объект исследования.
30. Методы исследования при помощи фотографии.
31. Визуальные методы обратной связи: Фотовыявление.
32. Визуальные методы обратной связи: Фотоотклик.
33. Фотография как средство коммуникации.
34. Фотография и маркетинг.
35. Фотография в рекламе.

Типовое контрольное задание (тест) для оценки знаний, умений и навыков по итогам освоения компетенций дисциплины (модуля) первого уровня

1. Что применяется для жесткой фиксации лампы на несущей основе в световом коробе:

- А. Ламподержатель
- Б. Скоба Форстера
- В. Кронштейн

2. Какое стекло для световой рекламы имеет температуру размягчения 148 градусов по Цельсию

- А. AXXIS
- Б. DEGLAS
- В. PARAGLAS

3. Какое стекло для световой рекламы изготовлено на основе полиметилметакрилата

- А. POLIGAL
- Б. AXXIS
- В. PARAGLAS

4. Какая аппликационная пленка является металлизированной (алюминиевое напыление)

- А. ORACAL - 3640
- Б. Normex D - MX
- В. Filmolux -126

5. Какая двухсторонняя клеящая лента марки Poli служит для приклеивания табличек, указателей, кабеля.

- А. Poli - Mount 375
- Б. Poli - Mount 390
- В. Poli - Fix 320

Типовое контрольное задание (ситуационное задание) для оценки знаний, умений и навыков по итогам освоения компетенций дисциплины (модуля) первого уровня.

Напишите режиссерский сценарий на основе литературного сценария рекламного ролика. Нарисуйте раскадровку.

4.5 Текущий контроль. Задания к контрольной точке № 2 (Весенний семестр)

Типовое контрольное задание (тест) для оценки знаний, умений и навыков по итогам освоения компетенций дисциплины (модуля) первого уровня

1. Какая технология нанесения изображения на плоскость не применяется в наружной рекламе

- А. Бумажный постер
- Б. Виниловая аппликация
- В. Бумажная аппликация

2. Какое достоинство у бумажных постеров

- А. Низкая цена и приемлемое качество
- Б. Легкость монтажа и демонтажа
- В. Долговечность и стойкость

3. При проектировании эскиза наружной рекламы необходимо учитывать

- А. Условия их «привязки» к местности
- Б. Удаленность от заказчика
- В. «Розу ветров» данного региона

4. Что учитывает методика планирования наружной рекламы в рамках адресной программы

- А. Удаленность от объекта рекламы
- Б. План города
- В. Стоимости аренды земли

5. Наиболее эффективная частота сменяемости для наружной рекламы

- А. 4 недели
- Б. 3 недели
- В. 2 неделя

Типовое контрольное задание (ситуационное задание) для оценки знаний, умений и навыков по итогам освоения компетенций дисциплины (модуля) первого уровня.

«Оживление товара» (или монолог предмета). Выберите рекламируемый товар (телефон, помаду, шампунь, автомобиль и т.д.) и на основе УТП и потребительских свойств товара придумайте сюжет, ситуацию, историю от «первого лица» выбранного предмета.

## 5.2. Темы письменных работ

1. Первые фотографические опыты.
2. Пикториальная фотография.
3. Фотография как самостоятельный жанр.
4. Уличная фотография.
5. Современные фотографы в рекламе.

6. Современные фотографические творческие объединения.
7. Современные жанры фотографии в рекламе.
8. Область применения современной фотографии.
9. Параметры экспозиции.
10. Понятие композиции фотографического снимка.
11. Понятие ракурса.
12. Высоты точки съёмки.
13. Границы кадра.
14. Знак и символ в фотографии.
15. Кадрирование.
16. Свет в фотографии.
17. Золотое сечение.
18. Содержание фотографии.
19. Текст и контекст.
20. Визуальный язык фотографии.
21. Передача времени в фотографии.
22. Порядок чтения фотографии.
23. "Лобовой" и "Косой" углы в фотографии.
24. Диагонали в композиции фотографии.
25. Фотография как идеализатор поведения в рекламе.
26. Роль фотографии в рекламе.
27. Создание фотографии в целях исследования.
28. Фотография как инструмент исследования.
29. Фотография как объект исследования.
30. Методы исследования при помощи фотографии.
31. Визуальные методы обратной связи: Фотовыявление.
32. Визуальные методы обратной связи: Фотоотклик.
33. Фотография как средство коммуникации.
34. Фотография и маркетинг.
35. Фотография в рекламе.

### 5.3. Фонд оценочных средств

Перечень практических заданий для самостоятельной работы

1. Первые фотографические опыты.
2. Пикториальная фотография.
3. Фотография как самостоятельный жанр.
4. Уличная фотография.
5. Современные фотографы в рекламе.
6. Современные фотографические творческие объединения.
7. Современные жанры фотографии в рекламе.
8. Область применения современной фотографии.
9. Параметры экспозиции.
10. Понятие композиции фотографического снимка.
11. Понятие ракурса.
12. Высоты точки съёмки.
13. Границы кадра.
14. Знак и символ в фотографии.
15. Кадрирование.
16. Свет в фотографии.
17. Золотое сечение.
18. Содержание фотографии.
19. Текст и контекст.
20. Визуальный язык фотографии.
21. Передача времени в фотографии.
22. Порядок чтения фотографии.
23. "Лобовой" и "Косой" углы в фотографии.
24. Диагонали в композиции фотографии.
25. Фотография как идеализатор поведения в рекламе.
26. Роль фотографии в рекламе.
27. Создание фотографии в целях исследования.
28. Фотография как инструмент исследования.
29. Фотография как объект исследования.
30. Методы исследования при помощи фотографии.
31. Визуальные методы обратной связи: Фотовыявление.
32. Визуальные методы обратной связи: Фотоотклик.
33. Фотография как средство коммуникации.
34. Фотография и маркетинг.

35.	Фотография в рекламе.
<b>5.4. Перечень видов оценочных средств</b>	
Перечень видов и форм контроля дисциплины:	
- выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий;	
- работа и анализ аналогового ряда;	
- контрольный опрос (устный);	
- презентация портфолио;	
- реферат;	
- тестовые задания.	

<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>			
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>			
<b>6.1.1. Основная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Левкина А. В.	Основы фотографии: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2021, URL: <a href="https://book.ru/book/936937">https://book.ru/book/936937</a>
Л1.2	Шустов М. А.	Электроразрядная фотография: Монография	Томск: Национальный исследовательский Томский политехнический университет, 1999, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=266714">http://znanium.com/catalog/document?id=266714</a>
Л1.3	Газаров А. Ю.	Мобильная фотография: Практическое пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=347322">http://znanium.com/catalog/document?id=347322</a>
Л1.4	Шамаев Г.П.	Судебная фотография и видеозапись: Учебник	Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2020, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=347969">http://znanium.com/catalog/document?id=347969</a>
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Левкина А.В.	Фотодело: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2018, URL: <a href="https://book.ru/book/927663">https://book.ru/book/927663</a>
Л2.2	Баруздин С. А.	Возбуждение спинового и фотонного эха импульсами сложной формы: Монография	Москва: Русайнс, 2018, URL: <a href="https://book.ru/book/931388">https://book.ru/book/931388</a>
Л2.3	Мари-Пьер де Севастьяноф	География Птоломея. Фотолиитографии греческого манускрипта из монастыря Афон (Атос): Монография	null: Издательские архивы, 1867, URL: <a href="https://book.ru/book/912598">https://book.ru/book/912598</a>
Л2.4	Баруздин С. А.	Возбуждение спинового и фотонного эха импульсами сложной формы: Монография	Москва: Русайнс, 2020, URL: <a href="https://book.ru/book/935735">https://book.ru/book/935735</a>
Л2.5	Левкина А. В.	Основы фотографии. (СПО): Учебное пособие	Москва: КноРус, 2019, URL: <a href="https://book.ru/book/932622">https://book.ru/book/932622</a>
Л2.6	Шабанов В.Ф., Зырянов В.Я.	Фотонные кристаллы и наноконпозиты: структурообразование, оптические и диэлектрические свойства: Монография	Новосибирск: Издательство СО РАН, 2009, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=16820">http://znanium.com/catalog/document?id=16820</a>
Л2.7	Брень В.А., Дубоносов А.Д.	Органические фотохромные хемосенсоры: учебное пособие для магистрантов химического факультета	Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета (ЮФУ), 2011, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=31892">http://znanium.com/catalog/document?id=31892</a>
Л2.8	Шустов М. А.	Кинетика и формулировки законов фотохимических превращений: Статья	Москва: Издательство "Наука", 1984, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=66105">http://znanium.com/catalog/document?id=66105</a>
Л2.9	Денежкин Е.Н.	Кинофотопроцессы и материалы: Учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет (НГТУ), 2010, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=93079">http://znanium.com/catalog/document?id=93079</a>
Л2.10	Крымов А.А., Акчуриин А.В.	Использование приемов фотосъемки при фиксации следов преступлений, совершенных в местах лишения свободы: Практические рекомендации	Рязань: Академия ФСИН России, 2015, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=131434">http://znanium.com/catalog/document?id=131434</a>
<b>6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы</b>			



Э1	PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект- <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a> . - Режим доступа: <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
Э2	Гуманитарные исследования- <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a> . - Режим доступа: <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
Э3	PR в России- <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a> . - Режим доступа: <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
Э4	2. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы: Учебное пособие/Мокшанцев Р. И., Науч. ред. Удальцова М. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, Сиб. согл., 2015. - 232 с Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429960">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429960</a> . - Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429960">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429960</a>
Э5	5. Гусаров Ю.В. Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 313 с. Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=342116">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=342116</a> . - Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=342116">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=342116</a>
<b>6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства</b>	
6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS Операционная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.2	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3	Kaspersky Endpoint Security Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный (350шт). Договор № ПР-00035750 от 13 декабря 2022г. (ООО Прима АйТи)
6.3.1.4	Adobe Photoshop CS3 Графический редактор Adobe Photoshop Creative Suite 3 Adobe Software License Certificate ID CE0707281 от 12.07.2007
6.3.1.5	Microsoft Office 2007 Professional Plus Офисный пакет Microsoft Office Microsoft Open License 42060616 от 20.04.2007
<b>6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>	
6.3.2.1	ИСО Международная организация по стандартизации <a href="https://www.iso.org/ru/home.html">https://www.iso.org/ru/home.html</a>
6.3.2.2	Консультант Плюс <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания к лабораторным занятиям

В рамках освоения дисциплины «Техника и технология рекламной фотографии» проведение лабораторных занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

7.6 Методические указания и материалы по видам занятий

Таблица 12 - Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии»

Вид учебных занятий, работ Организация деятельности обучающегося

Лекция Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Практические занятия Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.

Домашние задания Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

Учебный материал по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии» разделен на логически завершенные части (модули), после освоения которых предусматривается опрос и просмотр практических работ. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого из обучающихся. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» – входит в вариативную часть профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Без успешного освоения этой дисциплины невозможно качественная профессиональная подготовка по специальности. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность в сфере рекламы. Немаловажным в процессе освоения знаний и навыков по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии» является ознакомление обучающегося с мировой проектной практикой и опыт признанных мастеров фотографии в сфере рекламы.

Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение творческих задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным

инструктированием, в котором излагаются методические и технологические требования к выполнению работы. Обучающихся знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями композиционных решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – зачёт.

#### 7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.
- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.
- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.  
Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanСуг или ArialСуг, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источника. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной

литературе.

- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.
- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.
- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanCyr или ArialCyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

Методические указания к лабораторным занятиям

В рамках освоения дисциплины «Техника и технология рекламной фотографии» проведение лабораторных занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

Методические указания и материалы по видам занятий

Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии»

Вид учебных занятий, работ Организация деятельности обучающегося

Лекция Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на

практическом занятии.

Практические занятия Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.

Домашние задания Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

Учебный материал по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии» разделен на логически завершенные части (модули), после освоения которых предусматривается опрос и просмотр практических работ. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого из обучающихся. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение формулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» – входит в вариативную часть профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Без успешного освоения этой дисциплины невозможно качественная профессиональная подготовка по спецдисциплинам. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность в сфере рекламы. Немаловажным в процессе освоения знаний и навыков по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии» является ознакомление обучающегося с мировой проектной практикой и опыт признанных мастеров фотографии в сфере рекламы.

Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение творческих задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным инструктированием, в котором излагаются методические и технологические требования к выполнению работы.

Обучающихся знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями композиционных решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – зачёт.

Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противоположного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом,

определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.

- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.
- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

#### Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanCyr или ArialCyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

#### Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.