СОЧИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»

Отделение среднего профессионального образования

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

"Дизайн и рекламные технологии"

(наименование дисциплины)

Оценочные материалы рекомендованы МССН для специальности/профессии:

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

(код и наименование специальности/профессии ОП СПО)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной образовательной программы среднего профессионального образования (ОП СПО):

"Дизайн (по отраслям)"

(наименование специальности/профессии ОП СПО)

Семестр реализации: 4 курс, 7, 8 семестр

Сочи, 2020

1. НАЗНАЧЕНИЕ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ФОС создается в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта для аттестации обучающихся на соответствие их достижений поэтапным требованиям соответствующей образовательной программы для проведения текущего оценивания, а также промежуточной аттестации обучающихся. ФОС является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения образовательной программы, входит в состав образовательной программы.
ФОС – комплект методических материалов, нормирующих процедуры оценивания результатов обучения, т.е. установления соответствия учебных достижений (результатов обучения) запланированным результатам освоения рабочих программ учебных дисциплин (модулей) и образовательных программ.
ФОС сформирован на основе ключевых принципов оценивания:
– валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
– надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
– объективности: разные обучающиеся должны иметь равные возможности добиться успеха.
ФОС подлежат ежегодному пересмотру и обновлению.

2. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Задания для самостоятельной работы:
средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом. Представляется комплектом заданий.

Разноуровневые задачи и задания:
Различают задачи и задания:
1. Ознакомительного, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные
термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;
2. Репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;
3. Продуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения, выполнять
проблемные задания. Представляются Комплектом разноуровневых задач и заданий.

Реферат:
Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Представляются темами рефератов.

Сообщение/Доклад:
Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы. Представляются темами

докладов, сообщений.

Творческое задание:
Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться индивидуально или группой обучающихся. Представляются темами групповых и/или индивидуальных творческих заданий.

Тест:
Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Представляется комплектом тестовых заданий.

Эссе:
Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и
аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Представляется тематикой эссе.

Ролевая игра:
Средство оценки способности обучающихся к выполнению реальных производственных задач, но в смоделированных условиях, приближенных к реальным. Представляется сценарием, планом игры.

Деловая игра, круглый стол:
Средство оценки индивидуальных достижений обучающихся, позволяющее диагностировать уровень теоретических знаний и овладение практическими навыками деятельности в нестандартных ситуациях. Представляется сценарием, планом игры.

Кейс-задачи:
Ситуация, представляемая в форме профессионально смоделированной задачи, в процессе решения которой у обучающего оценивается навык анализа профессиональных ситуаций, критического оценивания различных точек зрения, умение работать с информацией, способность моделировать решение профессиональной задачи. Представляется комплектом кейс-задач.

Перечень контролируемых компетенций

Шифр	Компетенция
ПК 1.2	Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.
ПК 1.4	Разрабатывать колористическое решение дизайн-проекта.
ПК 2.2	Выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале.

3. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

3.1. Текущий контроль

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) обучающихся. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы. Данный вид контроля стимулирует у обучающихся стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины.

Оценочные средства позволяют провести текущий контроль по дисциплине. По каждому средству оценивается полнота и глубина освоения, характеризующиеся показателями и критериями оценивания

Показатель	Критерий	Шкала		
Пороговый (узнавание) «3»	Знает: базовые общие знания; Умеет: основные умения, требуемые для выполнения простых задач; Владеет: работает при прямом наблюдении.	3	2	1
Базовый (воспроизведение) «4»	Знает: факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования; Владеет: берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое	4	3	2
Высокий (компетентность) «5» max балл	Знает: фактическое и теоретическое знание в пределах области исследования с пониманием границ применимости; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем; Владеет: контролирует работу, проводит оценку,	5	4	3

Максимальное количество баллов по каждому оценочному средству (соответствует вербальному критерию «высокий») представлено в Паспорте фонда оценочных средств и зависит от сложности темы и количества часов на ее усвоение.

3.2. Описание фонда оценочных средств

3.2.1. Критерии оценивания письменных и устных ответов обучающихся

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы может проводится устный опрос по предыдущим темам.

Критерии оценки:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

– полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

– осознанность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

– логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

– рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной

задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
– своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается способность грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
– использование дополнительного материала;
– рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

Оценка «отлично» выставляется, если обучающийся: полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
Оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «неудовлетворительно» отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

3.2.2. Примерный перечень оценочных средств

Контроль и оценка результатов освоения общеобразовательной дисциплины раскрываются через дисциплинарные результаты, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций по разделам и темам содержания учебного материала.
Изучение материала проводится в форме, доступной пониманию студентов, с учётом преемственности в обучении, единства терминологии и обозначений в соответствии с действующими государственными стандартами.
В процессе обучения используются активные и интерактивные образовательные технологии (формы проведения занятий):
- лекции, беседы, фронтальные опросы, презентации;
- организация «мозгового штурма», управляемой дискуссии, работы в малых группах;
- практические занятия, просмотр демонстрационных материалов;
- тесты;
- контрольные работы.

3.2.3. Примеры оценочных средств

Примеры оценочных средств (при наличии) представлены в Приложении к рабочей программе дисциплины "Дизайн и рекламные технологии"
Открыть приложение

3.3. Темы докладов, рефератов, презентаций

1. Искусство и реклама.
2. История развития рекламы.
3. Российский рекламный кодекс.
4. Интернет-маркетинг.
5. Стиль жизни как категория маркетинга.
6. Комическое в рекламе и PR.
7. Реклама и дети.

8. Ответственность в рекламе.
9. Особенности рекламы лекарственных средств, методов лечения и товаров, имеющих отношение здоровью людей.
10. Реклама игр с призами, стимулирующих продажи.
11. Конфликтные ситуации, связанные с рекламой.
12. Реклама в метро.
13. Творческий рекламный портфель.
14. Медиа-измерения («пиплметры», дневники).
15. Реклама и спорт.
16. Сексуальные мотивы в рекламе.
17. Мобильные стенды.
18. Особенности рекламы в разных странах.
19. Пневмоконструкции в рекламе.
20. Животные в рекламе.
21. Спонсорство в рекламе.

4. ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ КОНТРОЛЬ

4.1. Оценочные средства для промежуточной аттестации

ФОС для промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) Дизайн и рекламные технологии предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяют определить результаты освоения дисциплины.
Рабочей программой предусмотрены:
- рубежный контроль по окончании изучения отдельных разделов программы;
- промежуточный контроль.
Формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является:

Курс	Семестр	Вид контроля
4	7	Другие формы контроля
4	8	Экзамен

4.2. Критерии оценивания

При оценке устного ответа учитываются: полнота и правильность ответа; степень осознанности, понимания изученного; языковое оформление ответа.
«5» ставится в том случае, если обучающийся: правильно понимает сущность вопроса, дает точное определение и истолкование основных понятий; строит ответ по собственному плану, сопровождает ответ новыми примерами, умеет применить знания в новой ситуации; может установить связь между изучаемым и ранее изученным материалом в том числе при изучении других предметов.
«4» ставится, если: ответ удовлетворяет основным требованиям к ответу на 5, но дан без использования собственного плана, новых примеров, применения знаний в новой ситуации, допущена одна ошибка или не более двух недочетов и обучающийся может их исправить самостоятельно или с небольшой помощью преподавателя.
«3» ставится, если обучающийся: правильно понимает сущность вопроса, но в ответе имеются отдельные пробелы в усвоении вопросов курса, не препятствующие дальнейшему усвоению программного материала; умеет применять полученные знания при решении простых задач по готовому алгоритму.
«2» ставится, если: обучающийся не овладел основными знаниями и умениями в соответствии с требованиями программы и допустил больше ошибок и недочетов, чем необходимо для оценки 3.
Оценка «1» ставится в том случае, если обучающийся не может ответить ни на один из поставленных вопросов.

Критерии оценки выполнения практического задания

Критерии оценки практического задания

«5» ставится если: обучающийся выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; получил правильные результаты и выводы; правильно и аккуратно выполнил все записи, вычисления, в рассуждениях и обосновании решения нет пробелов и ошибок; в решении нет математических ошибок (возможна одна неточность, описка, не являющаяся следствием незнания или непонимания учебного материала).

«4» ставится, если работа выполнена полностью, но обоснования шагов решения недостаточны; выполнены требования к оценке 5, но допущены 2-3 недочета, или не более одной ошибки и одного недочета.

«3» ставится, если работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы; допущены более одной ошибки или более двух-трёх недочётов в выкладках, но учащийся владеет обязательными умениями по проверяемой теме.

«2» ставится, если работа выполнена не полностью и объем выполненной работы не позволяет сделать правильных выводов; работа проводилась неправильно, допущены существенные ошибки, показавшие, что обучающийся не владеет обязательные умениями по данной теме в полной мере.

«1» ставится, если: работа показала полное отсутствие у учащегося обязательных знаний и умений по проверяемой теме или значительная часть работы выполнена не самостоятельно.

Оценка «5» соответствует высокому уровню, оценка «4» – базовому, оценка «3» – пороговому.

4.3. Вопросы для промежуточной аттестации

Вопросы для текущего контроля:

1. Функции современной рекламы.
2. Понятие целевой аудитории
3. Вывески-знаки в рекламе.
4. Бриф и его виды.
5. Медиа измерения.
6. Планирование рекламной кампании.
7. Маркетинговые коммуникационные технологии.
8. Социальная реклама.
9. Участие в выставках.
10. Роль цвета и шрифта в рекламе.
11. Типы рекламных агентств и их функции.
12. Современные рекламные стратегии, творческие рекламные стратегии.
13. Мероприятия, стимулирующие сбыт.
14. Сувенирная реклама.
15. Интернет-маркетинг.
16. Рекламное сообщение. Его структура. Этапы создания рекламного сообщения.
17. Участники рекламной коммуникации.
18. Реклама на транспорте.
19. Уникальное торговое предложение, его составляющие.
20. Реклама в кинофильмах.
21. История развития рекламы.
22. Товарный знак, его виды и функции.
23. Мерчандайзинг.
24. Понятие и цели формирования фирменного стиля.
25. Федеральный закон о рекламе. (Ст. 6. Недобросовестная реклама.)
26. Особенности рекламы в разных странах.
27. Эффективность рекламы. Рекламные исследования.

28. Реклама и дети.
29. Бренд. Брендинг. Ребрендинг. Зонтичные бренды.
30. Законы РФ о товарных знаках.
31. Особенности рекламы лекарственных средств, методов лечения и товаров, имеющих отношение к здоровью людей.
32. Реклама и искусство.
33. Реклама в метро.
34. Классификация видов рекламы.
35. Компьютерная реклама.
36. Стиль жизни как категория маркетинга.
37. Реклама игр с призами, стимулирующих продажи.
38. Ответственность в рекламе.
39. Средства распространения рекламы.
40. Федеральный закон о рекламе (Ст.7. Недостоверная реклама)
41. Федеральный закон о рекламе (Ст.11. Особенности рекламы в радио и телепрограммах)
42. Наружная реклама.
43. Имидж предприятия.
44. Составляющие рекламного сервиса.
45. Новые виды рекламы.
46. Требования, предъявляемые к рекламным текстам.
47. Понятия: POS-реклама, POS-материалы.
48. Контреклама.
49. Творческий рекламный портфель.
50. Маркетинговые исследования в рекламе.

Вопросы для промежуточной аттестации:

Реклама в древних цивилизаций
Реклама в средние века
Реклама в СССР
Реклама в США
Реклама в Европе
Основные этапы становления рекламы, как самостоятельной индустрии
Роль и место дизайна рекламы в различные исторические эпохи
Цели рекламы
Задачи рекламы
Средства производства рекламы
Профессиональное разделение в рекламной среде
Композиционные схемы.
Типы баланса в графическом дизайне – использование каждого типа в рекламе.
Направленность взгляда. Правила передачи движения.
Правила передачи покоя.
Определение рекламы.
Функции рекламы: маркетинговая, коммуникативная, социальная, идеологическая.
Реклама и PR.
Виды рекламы.
Психологические аспекты рекламного воздействия.
Заповеди дизайнера.
Целевая аудитория
Определение конкурентов на рынке
Обозначение рекламного образа
Стратегия создания рекламного сообщения
Разработка образа
Процесс разработки концепции продукта

Сегментирование
Стереотипы. УТП – определение
Уровни рекламного сообщения.
Технологии создания ассоциативного сообщения
Приемы иносказания в рекламе
Метафора и метонимия как наиболее распространенные приемы создания устойчивых образов в
рекламе
Иллюстрации в рекламе
Место, размер иллюстрации в объявлении. Диагонали чтения.
Брендбук как основа идентификации торговой марки.
Фирменный стиль. Ценности бренда. Ключевые идентификаторы бренда.
Коммуникативные функции рекламы.
Каналы и методы передачи сообщения (аудио, видео, фото, тексты).
Технические аспекты рекламного дизайна.
Элементы брендбука. Роль брендбука в стратегии рекламного продвижения.
Определение понятия креативность.
Отличие креативности от творчества.
Источники креативности личности
Социально-психологические типы креативности
Креативная реклама
Креативный дизайн
Мозговой штурм
Визуализация информации
Мировые школы графического дизайна
Основные разделы графического дизайна
Продукты графического дизайна

Тематика вопросов тестирования:
1 Психология рекламы, учет психологических особенностей различных целевых аудиторий.
2 Функции рекламы.
3 Виды рекламы. Составляющие ее компоненты.
4 Роль невербальных средств в рекламной деятельности.
5 Пределы восприятие человеком графической информации.
6 Психологическое воздействие цвета на зрителя.
7 Ассортимент рекламной продукции.
8 Торговая реклама.
9 Роль бренда в рекламной стратегии.
10 Приемы торговой рекламы.
11 Компоненты торговой рекламы и ее производство.
12 Реклама на телевидении.
13 Наружная реклама.
14 Городская среда и реклама.
15 Навигация в городской среде. Правила и принципы.
16 Световая реклама. Материалы и виды.
17 Лазерные и кинетические технологии в рекламном бизнесе.
18 Выставочные пространства. Логистика, навигация, требования.
19 Интернет-реклама.
20 Таргетированная реклама.
21 Виды интернет-рекламы.
22 Ресурсы интернет-рекламы. Принципы распространения и работы с потребителем.
23 UX-дизайн. Учет сформированных устойчивых моделей поведения потребителя.

Тематика графических заданий:

Практическая работа 1 «Анализ аналогов» по основным рекламоносителям предложенной компании, с выбором аналогов по направлению деятельности.
Практическая работа 2 «Доклад» - описательная часть по рекламоносителям.
Практическая работа 3 «Концепции рекламной кампании» - выбор рекламной идеи-сценария, поиск графической идеи, составление описательной концепции рекламной кампании.
Практическая работа 4 «Выполнение дизайн-концепции» - визуализация рекламной идеи-сценария, разработка рекламоносителей, их графическая реализация (3 основных и 2 по выбору из ТЗ).
Практическая работа 5 Создание многостраничного многокрасочного полиграфического издания.
Первый этап - эскизирование. Создание и расчет модульной сетки, подбор текстового материала, создание комплекта иллюстраций. Создание обложки. Расчет «шапки», постоянные и переменные элементы. Формирование содержания. Обработка изображений. Верстка издания. Применение специальной печати в оформлении обложки.

ТЕХНОЛОГИЯ АНАЛИЗА РЕКЛАМОНОСИТЕЛЕЙ:
1. Рассмотреть модульную сетку.
2. Композицию.
3. Цветовую гамму и шрифт.
4. Расположение и использование логотипа (отметить + и -, насколько удачно считывается информация о самой компании).
5. Идейно-образное воплощение (сочетание изображений, слогана, концепции, соответствие целевой аудиторию).
6. Дополнительная информация.
ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА РАЗРАБОТКУ И РЕАЛИЗАЦИЮ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ:
Информация о Компании
• Название
• Контактные данные: адрес компании, электронная почта, интернет-сайт
• Род деятельности
• Конкурентные преимущества
• Потребители
• Конкуренты
• Дополнительная информация о Компании (не вошедшая по каким-то причинам в предыдущие пункты)
Информация о рекламируемом продукте (или услуге)
1. Выбрать предмет рекламы (продукт или услуга)
2. Обозначить целевую аудиторию (определить потребителя)
3. Определить цель рекламной компании (продвижение товара или услуги, повышение спроса и т.п.)
4. Обозначить задачи рекламной компании (создать привлекательный, запоминающийся образ и т.п.)
5. Указать конкурентные преимущества — уникальность предложения
6. Включить необходимую дополнительную информацию (по усмотрению)
Информация о существующем фирменном стиле
• Логотип — стилистика, образ, идея
• Фирменные цвета — в «Pantone» или CMYK
• Фирменные шрифты — основной шрифт и наборный
• Графические элементы, образы, персонажи — особенности, характер размещения, образность
• Модульная сетка (анализ существующих рекламоносителей)— структура и тип компоновки рекламных сообщений
• Описание других элементов фирменного стиля, использующихся в настоящий момент —

наличие и описание (примеры печатной или наружной рекламы и т.п.)
Состав задания
1. Обозначить цель рекламной компании
2. Определить идею и выбрать способы продвижения товара или услуги
3. Обосновать стиль подачи рекламной информации (классический, модернистский, гранжевый, живописный, минималистический и т.п.)
4. Создать слоган для рекламной компании, подобрать текстовую информацию
5. Выбрать графические приемы, отражающие направление деятельности компании, в соответствие с целями и задачами рекламы
6. Определить объем, характер и содержание графической информации
7. Подобрать иллюстрации
8. Предложить и обосновать цветовое решение
9. Задействовать необходимые рекламоносители (3 основных, 2 по желанию)
— Полиграфия (листовка А5/А6 или флаер)
— Рекламный макет для журнала или газеты (полоса или 14 полосы)
— Макет для наружной рекламы (баннер 3х6 м. /3х12 м. или брандмауэр)
— Реклама на транспорте (аппликация на автобус или автомобиль)
— Деловая документация (визитка, бланк письма, конверт)

4.4. Перечень компетенций, которые сформированы у обучающихся при успешном выполнении заданий

В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся осваивают следующие компетенции:

Раздел/Тема	Компетенции
Контроль	ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 2.2
Раздел 1. Развитие, цели и задачи рекламы.	ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 2.2
Раздел 2. Психологическое воздействие рекламы.	ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 2.2
Раздел 3. Средства распространения рекламы.	ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 2.2
Раздел 4. Композиция, текст, имидж и образ в рекламе.	ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 2.2

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Изучение дисциплины Дизайн и рекламные технологии является базой для освоения студентами курсов профессионального цикла, формирует базу для овладения профессиональными компетенциями, которые могут быть применены в видах профессиональной деятельности в соответствии с Государственным образовательным стандартом профессионального образования.
В процессе изучения дисциплины предполагается проведение практических занятий для закрепления теоретических знаний, тематика практических занятий учитывает специфику получаемой специальности.
С целью закрепления и систематизации знаний, формирования самостоятельного мышления в программе предусмотрены часы для самостоятельной работы студентов.
При изучении дисциплины - внимание студента будет обращено на её прикладной характер, на то, где и когда изучаемые теоретические положения и практические навыки могут быть использованы в будущей практической деятельности.