

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 01.03.2024 15:24:50  
Уникальный программный идентификатор:  
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра сервиса

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



В.Д. Серяков

«25» августа 2023 г.

**Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)**

**ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕКЛАМЫ  
И БРЕНДА В СЕРВИСЕ**

(наименование учебной дисциплины (модуля))

**43.03.01 Сервис**

(код и направление подготовки/специальности)

направленность (профиль): сервис в индустрии моды и красоты

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)  
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры  
«22» августа 2023 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой сервиса

/В.В.Белобрагин/  
(подпись, учёная степень, учёное звание, ФИО)

Москва 2023

## 1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Учебная дисциплина «Технологии формирования рекламы и бренда в сервисе» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Сервис в индустрии моды и красоты», в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 514 (ФГОС ВО 3++).

Учебная дисциплина «Технологии формирования рекламы и бренда в сервисе» изучается является одной из важнейших дисциплин в структуре социально-гуманитарного и профессионального знания. Она является теоретической и практической базой для изучения видов деятельности в индустрии моды и красоты для будущего специалиста по организации постпродажного обслуживания и сервиса.

**Цели освоения дисциплины:** сформировать знания и практические навыки в технологиях формирования рекламы и бренда в индустрии моды и красоты.

**Задачи дисциплины:** изучить источники формирования модного бренда; усвоить универсальное значение авторского права на товарный знак, патент изобретения для международного и отечественной правовых систем; овладеть необходимой рекламной, патентной и дизайнерской терминологией; обучить навыкам создания креативных решений в индустрии моды и красоты; обучить алгоритму разработки изобретений; сформировать навыки профессиональной разработки модного бренда индустрии моды и красоты

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по организации постпродажного обслуживания и сервиса в соответствии с профессиональным стандартом "Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса", утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 31.10.2014 г. N 864н, выполнению обобщенной трудовой функции «организация и координация совместной деятельности сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела) (код В), выполнению трудовой функции "организация процессов анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции (код В/01.6), "разработка организационных схем, стандартов и процедур и выполнение руководства процессами постпродажного обслуживания и сервиса (код В/02.6).

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**ПК-4** Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
ПК-4 Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	Знать	перспективные технологии управления взаимоотношениями, обеспечивающие процесс технологии формирования рекламы и бренда в сервисе;	ПК-4– 31
		технологии формирования рекламы и бренда, реализующиеся посредством внедрения перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса;	ПК-4– 32
	Уметь	организовывать процесс формирования рекламы и бренда с применением перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии	ПК-4– У1

		сервиса; контролировать и анализировать процесс формирования рекламы и бренда с применением перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса;	ПК-4– У2
	Владеть	технологиями формирования рекламы и бренда с применением перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса;	ПК-4– В1
		приемами сбора результатов использования перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса в процессе формирования рекламы и бренда;	ПК-4– В2

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.ДЭ.04.01 «Технологии формирования рекламы и бренда в сервисе» изучается является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается студентами четвертого курса в восьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

#### 3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «Технологии формирования рекламы и бренда в сервисе» изучается связаны с соответствующими темами дисциплин «Сервисология», «Технологии формирования модного гардероба», «Менеджмент в сервисе», «Маркетинг в сервисе», что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

#### 3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Технологии формирования рекламы и бренда в сервисе» изучается являются базой для прохождения производственной практики.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением практических занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением интерактивных лекций по 1,3,4 темам, проведением практических занятий по темам 1,2,4.

### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

Дисциплина предполагает изучение 4 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц (216 часов).

№	Форма обучения	семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем				сам. работа	вид контроля
			в з.е.	в часах	всего	лекции	семинары, ПЗ	кур.раб/контр. раб		
1	Очная	8	6	216	106	40	66		110	Зачёт с оценкой
2	Очно-заочная	9	6	216	74	30	44		142	Зачёт с оценкой

3	Заочная	9	5	180	22	8	14		158	
		10	1	36					32	Зачет с оценкой (4 часа)

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины осуществляется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по программе бакалавриата.

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины организуется в модельных условиях (оборудованных полностью или частично) на кафедре сервиса и в подразделениях института.

### Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>8 семестр</b>								
Тема 1. Введение в дисциплину. Общие сведения о формировании модного бренда	50	24	10	14			26	ПК-4– 31 ПК-4– 32
Тема 2. Творческие методы формирования бренда в индустрии моды и красоты	52	26	10	16			26	ПК-4– 31 ПК-4– 32 ПК-4– У1 ПК-4– У2
Тема 3. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ).	52	26	10	16			26	ПК-4– 31 ПК-4– 32 ПК-4– У1 ПК-4– У2
Тема 4. Практическое создание модного бренда в индустрии моды и красоты	52	26	10	16			26	ПК-4– 31 ПК-4– 32 ПК-4– У1 ПК-4– У2 ПК-4– В1 ПК-4– В2
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>10</b>						<b>4</b>	<b>6</b>
<b>Итого</b>	<b>216</b>	<b>106</b>	<b>40</b>	<b>62</b>			<b>4</b>	<b>110</b>

### Очно-заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>9 семестр</b>								
Тема 1. Введение в дисциплину. Общие сведения о	50	16	6	10			34	ПК-4– 31 ПК-4– 32

формирования модного бренда								
Тема 2. Творческие методы формирования бренда в индустрии моды и красоты	52	18	8	10			34	ПК-4– 31 ПК-4– 32 ПК-4– У1 ПК-4– У2
Тема 3. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ).	52	18	8	10			34	ПК-4– 31 ПК-4– 32 ПК-4– У1 ПК-4– У2
Тема 4. Практическое создание модного бренда в индустрии моды и красоты	52	18	8	10			34	ПК-4– 31 ПК-4– 32 ПК-4– У1 ПК-4– У2 ПК-4– В1 ПК-4– В2
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>10</b>						<b>4</b>	<b>6</b>
<b>Итого</b>	<b>216</b>	<b>74</b>	<b>30</b>	<b>40</b>			<b>4</b>	<b>142</b>

### Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>9 семестр</b>								
Тема 1. Введение в дисциплину. Общие сведения о формировании модного бренда	42	4	2	2			38	ПК-4– 31 ПК-4– 32
Тема 2. Творческие методы формирования бренда в индустрии моды и красоты	46	6	2	4			40	ПК-4– 31 ПК-4– 32 ПК-4– У1 ПК-4– У2
Тема 3. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ).	46	6	2	4			40	ПК-4– 31 ПК-4– 32 ПК-4– У1 ПК-4– У2
Тема 4. Практическое создание модного бренда в индустрии моды и красоты	46	6	2	4			40	ПК-4– 31 ПК-4– 32 ПК-4– У1 ПК-4– У2 ПК-4– В1 ПК-4– В2
<b>Всего в семестре</b>	<b>180</b>	<b>22</b>	<b>8</b>	<b>14</b>			<b>158</b>	
<b>10 семестр</b>								
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>36</b>						<b>4</b>	<b>36</b>
<b>Всего в семестре</b>	<b>36</b>						<b>4</b>	<b>36</b>
<b>Итого за дисциплину</b>	<b>216</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>14</b>			<b>4</b>	<b>216</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ).

**Тема 1. Введение в дисциплину. Общие сведения о формировании модного бренда.**

Состав участников создания модного бренда в индустрии моды. Состав участников создания модного бренда в индустрии красоты. Закономерности развития моды и уровни новизны в индустрии моды и красоты. Общие черты и основные отличия понятий: модный бренд, товарный знак и торговая марка.

## **Тема 2. Творческие методы формирования бренда в индустрии моды и красоты.**

Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации. Модели разработки бренда. Креативные и психотехнологии рождения бренда в индустрии моды и красоты.

## **Тема 3. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ).**

Алгоритм решения изобретательских задач в индустрии моды и красоты. Составление заявки на изобретение товарного знака, промышленного образца изделия, технологию. Проектирование модного продукта с использованием информационных технологий

## **Тема 4. Практическое создание модного бренда в индустрии моды и красоты.**

Проектирование модного бренда в индустрии красоты. Основные этапы разработки бренда. Проектирование модного бренда в индустрии моды. Основные этапы разработки бренда. Разработка инновационных проектов в индустрии моды. Разработка инновационных проектов в индустрии красоты.

## **5.1. Планы семинарских, практических, лабораторных занятий**

### **Тема. Введение в дисциплину. Общие сведения о формировании модного бренда.**

1. Изучение состава участников создания модного бренда в индустрии моды.
2. Изучение состава участников создания модного бренда в индустрии красоты.
3. Изучение закономерностей развития моды и уровни новизны в индустрии моды и красоты.
4. Изучение общих черт и основных отличий понятий: модный бренд, товарный знак и торговая марка.
5. Нормативно-законодательное обеспечения авторства на интеллектуальный продукт.

### **Тема. Творческие методы формирования бренда в индустрии моды и красоты.**

1. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации.
2. Модели разработки бренда.
3. Креативные и психотехнологии рождения.
4. Исследования образа жизни населения при создании модного бренда.
5. Исследования потребностей рынка товаров и услуг при создании модного бренда.
6. Интернет как средство коммуникации и становления модного бренда.

### **Тема. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ).**

1. Понятие «ресурса», «свертки» и «согласования» или «рассогласования».
2. Понятие «противоречия» и их разрешения с позиций ТРИЗ. Понятие «идеального конечного результата».
3. Алгоритм решения изобретательских задач в индустрии моды и красоты.
4. Составление заявки на изобретение товарного знака, промышленного образца изделия, технологию.

### **Тема. Практическое создание модного бренда в индустрии моды и красоты.**

1. Проектирование модного продукта с использованием информационных технологий.

2. Проектирование модного бренда в индустрии красоты. Основные этапы разработки бренда.

3. Проектирование модного бренда в индустрии моды. Основные этапы разработки бренда.

4. Разработка инновационных проектов в индустрии моды и красоты.

## **6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

Одним из основных видов деятельности студента является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на групповых занятиях, выполнение заданий преподавателя. Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя. Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой. Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Для более полной реализации цели, поставленной при изучении тем самостоятельно, студентам необходимы сведения об особенностях организации самостоятельной работы; требованиях, предъявляемым к ней; а также возможным формам и содержанию контроля и качества выполняемой самостоятельной работы. Самостоятельная работа студента в рамках действующего учебного плана по реализуемым образовательным программам различных форм обучения предполагает самостоятельную работу по данной учебной дисциплине, включенной в учебный план. Объем самостоятельной работы (в часах) по рассматриваемой учебной дисциплине определен учебным планом.

В ходе самостоятельной работы студент должен:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.);

- применить полученные знания и навыки для выполнения практических заданий.

Студент, приступающий к изучению данной учебной дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной самостоятельной работы и контролируемой самостоятельной работы, в том числе по выбору. Задания для самостоятельной работы студента должны быть четко сформулированы, разграничены по темам изучаемой дисциплины, и их объем должен быть определен часами, отведенными в учебной программе.

Самостоятельная работа студентов должна включать:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, лабораторно-практическим);

- поиск (подбор) и изучение литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;

- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с тематическим планом;

- домашнее задание, предусматривающее завершение практических аудиторных работ;
- подготовку к зачету или экзамену;
- работу в студенческих научных обществах, кружках, семинарах и т.д.;
- участие в научной и научно-методической работе кафедры, факультета;
- участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах.

### 6.1. Задания для углубления и закрепления приобретенных знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-4 Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	ПК-4– 31	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Состав участников создания модного бренда в индустрии моды.</li> <li>2. Состав участников создания модного бренда в индустрии красоты.</li> <li>3. Закономерности развития моды и уровни новизны в индустрии моды и красоты.</li> <li>4. Общие черты и основные отличия понятий: модный бренд, товарный знак и торговая марка.</li> <li>5. Нормативно-законодательное обеспечения авторства на интеллектуальный продукт.</li> <li>6. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации.</li> </ol>
	ПК-4– 32	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Модели разработки бренда.</li> <li>2. Креативные и психотехнологии рождения бренда в индустрии моды и красоты.</li> <li>3. Исследования образа жизни населения при создании модного бренда.</li> <li>4. Исследования потребностей рынка товаров и услуг при создании модного бренда.</li> <li>5. Интернет как средство коммуникации и становления модного бренда.</li> <li>6. Понятие «ресурса», «свертки» и «согласования» или «рассогласования».</li> </ol>

### 6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-4 Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	ПК-4– У1	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие «противоречия» и их разрешения с позиций ТРИЗ. Понятие «идеального конечного результата».</li> <li>2. Алгоритм решения изобретательских задач в индустрии моды и красоты.</li> <li>3. Составление заявки на изобретение товарного знака, промышленного образца изделия, технологию.</li> <li>4. Проектирование модного продукта с использованием информационных технологий</li> <li>5. Проектирование модного бренда в индустрии красоты. Основные этапы разработки бренда</li> <li>6. Проектирование модного бренда в индустрии моды Основные этапы разработки бренда.</li> </ol>
	ПК-4– У2	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка инновационных проектов в индустрии моды.</li> <li>2. Разработка инновационных проектов в индустрии красоты.</li> <li>3. Состав участников создания модного бренда в индустрии моды.</li> <li>4. Состав участников создания модного бренда в индустрии красоты.</li> <li>5. Закономерности развития моды и уровни новизны в индустрии</li> </ol>



		моды и красоты. 6. Общие черты и основные отличия понятий: модный бренд, товарный знак и торговая марка.
--	--	---

### 6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-4 Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	ПК-4– В1	<b>Практические задания</b> 1. Использование средств и методов рекламы в индустрии моды и красоты. 2. Этика в работе модели 3. Тренинги для моделей. 4. Модели для изысканных покупателей завтрашнего дня 5. Развитие российского дизайна 6. Особенности работы современных дизайнеров
	ПК-4– В2	<b>Практические задания</b> 1. Современный модный образ. 2. Недостатки и достоинства конкретной фигуры при создании модного образа. 3. Мода как феномен современной культуры 4. Художественный образ как составная часть технологии создания модной коллекции. 5. Элитные бренды. 6. Создание образа и смена имиджа.

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

### Паспорт фонда оценочных средств

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		ФОС для текущего контроля	ФОС для промежуточной аттестации
ПК-4 Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	<b>Знать</b>	перспективные технологии управления взаимоотношениями, обеспечивающие процесс технологии формирования рекламы и бренда в сервисе; ПК-4– 31	Устный опрос	Вопросы к зачету с оценкой
		технологии формирования рекламы и бренда, реализующиеся посредством внедрения перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса; ПК-4– 32		
	<b>Уметь</b>	организовывать процесс формирования рекламы и бренда с применением перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса;	Реферат	Вопросы к зачету с оценкой

		ПК-4– У1 контролировать и анализировать процесс формирования рекламы и бренда с применением перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса; ПК-4– У2	Практические задания	Вопросы к зачету с оценкой
	<b>Владеть</b>	технологиями формирования рекламы и бренда с применением перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса; ПК-4– В1 приемами сбора результатов использования перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса в процессе формирования рекламы и бренда; ПК-4– В2		

**Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Критерии оценивания результатов обучения			
			2	3	4	5
<b>ПК-4</b> Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	<b>Знать</b>	перспективные технологии управления взаимоотношениями, обеспечивающие процесс технологии формирования рекламы и бренда в сервисе; ПК-4– 31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		технологии формирования рекламы и бренда, реализующиеся посредством внедрения перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса; ПК-4– 32				
	<b>Уметь</b>	организовывать процесс формирования рекламы и бренда с применением перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса; ПК-4– У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		контролировать и анализировать процесс				

		формирования рекламы и бренда с применением перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса; ПК-4– У2				
<b>Владеть</b>		технологиями формирования рекламы и бренда с применением перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса; ПК-4– В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		приемами сбора результатов использования перспективных технологий управления взаимоотношениями на предприятии сервиса в процессе формирования рекламы и бренда; ПК-4– В2				

## 7.1. ФОС для проведения текущего контроля.

### 7.1.1. Задания для оценки знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>ПК-4</b> Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	ПК-4– 31	<b>Вопросы для устного опроса</b> 1. Состав участников создания модного бренда в индустрии моды. 2. Состав участников создания модного бренда в индустрии красоты. 3. Закономерности развития моды и уровни новизны в индустрии моды и красоты. 4. Общие черты и основные отличия понятий: модный бренд, товарный знак и торговая марка. 5. Нормативно-законодательное обеспечения авторства на интеллектуальный продукт. 6. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации. 7. Модели разработки бренда. 8. Креативные и психотехнологии рождения бренда в индустрии моды и красоты.
	ПК-4– 32	<b>Вопросы для устного опроса</b> 1. Исследования образа жизни населения при создании модного бренда. 2. Исследования потребностей рынка товаров и услуг при создании модного бренда. 3. Интернет как средство коммуникации и становления модного бренда. 4. Понятие «ресурса», «свертки» и «согласования» или «рассогласования». 5. Понятие «противоречия» и их разрешения с позиций ТРИЗ. Понятие «идеального конечного результата». 6. Алгоритм решения изобретательских задач в индустрии

		моды и красоты. 7. Составление заявки на изобретение товарного знака, промышленного образца изделия, технологию. 8. Проектирование модного продукта с использованием информационных технологий
--	--	--

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
<b>Отлично</b>	Обучающийся полно и аргументировано отвечает на вопросы, обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры, излагает материал последовательно и правильно
<b>Хорошо</b>	Обучающийся дает правильные ответы на вопросы, но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений заданных вопросов, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил, не умеет достаточно обосновать свои суждения и привести примеры, излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на вопросы, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал

### 7.1.2. Задания для оценки умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-4 Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	ПК-4– У1	<p align="center"><b>Темы рефератов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нормативно-законодательное обеспечения авторства на интеллектуальный продукт.</li> <li>2. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации.</li> <li>3. Модели разработки бренда.</li> <li>4. Креативные и психотехнологии рождения бренда в индустрии моды и красоты.</li> <li>5. Исследования образа жизни населения при создании модного бренда.</li> <li>6. Исследования потребностей рынка товаров и услуг при создании модного бренда.</li> <li>7. Интернет как средство коммуникации и становления модного бренда.</li> <li>8. Понятие «ресурса», «свертки» и «согласования» или «рассогласования».</li> </ol>
	ПК-4– У2	<p align="center"><b>Темы рефератов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Алгоритм решения изобретательских задач в индустрии моды и красоты.</li> <li>2. Составление заявки на изобретение товарного знака, промышленного образца изделия, технологию.</li> <li>3. Проектирование модного продукта с использованием информационных технологий</li> <li>4. Проектирование модного бренда в индустрии красоты. Основные этапы разработки бренда</li> <li>5. Проектирование модного бренда в индустрии моды Основные этапы разработки бренда.</li> <li>6. Разработка инновационных проектов в индустрии моды.</li> <li>7. Разработка инновационных проектов в индустрии красоты.</li> <li>8. Реклама предприятия</li> </ol>

### Критерии оценки учебных действий обучающихся (выступление с докладом, реферат по обсуждаемому вопросу)

Оценка	Характеристики ответа обучающегося
<b>Отлично</b>	обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения.
<b>Хорошо</b>	обучающийся твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения.
<b>Удовлетворительно</b>	тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть Обучающийся усвоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений.
<b>Неудовлетворительно</b>	обучающийся не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.

#### 7.1.3. Задания для оценки владений, навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>ПК-4</b> Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	ПК-4– В1	<b>Практические задания</b> 1. Изучение состава участников создания модного бренда в индустрии моды. 2. Изучение состава участников создания модного бренда в индустрии красоты. 3. Изучение закономерностей развития моды и уровни новизны в индустрии моды и красоты. 4. Изучение общих черт и основных отличий понятий: модный бренд, товарный знак и торговая марка. 5. Нормативно-законодательное обеспечения авторства на интеллектуальный продукт. 6. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации. 7. Модели разработки бренда. 8. Креативные и психотехнологии рождения.
	ПК-4– В2	<b>Практические задания</b> 1. Исследования образа жизни населения при создании модного бренда. 2. Исследования потребностей рынка товаров и услуг при создании модного бренда. 3. Интернет как средство коммуникации и становления модного бренда. 4. Понятие «ресурса», «свертки» и «согласования» или «рассогласования». 5. Понятие «противоречия» и их разрешения с позиций ТРИЗ. Понятие «идеального конечного результата».

		6. Алгоритм решения изобретательских задач в индустрии моды и красоты. 7. Составление заявки на изобретение товарного знака, промышленного образца изделия, технологию. 8. Проектирование модного продукта с использованием информационных технологий.
--	--	--

### Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
<b>Отлично</b>	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Хорошо</b>	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

## 7.2 ФОС для проведения промежуточной аттестации.

### 7.2.1. Задания для оценки знаний на зачете с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>ПК-4</b> Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	ПК-4– 31	<b>Перечень вопросов</b> 1. Состав участников создания модного бренда в индустрии моды. 2. Состав участников создания модного бренда в индустрии красоты. 3. Закономерности развития моды и уровни новизны в индустрии моды и красоты. 4. Общие черты и основные отличия понятий: модный бренд, товарный знак и торговая марка. 5. Нормативно-законодательное обеспечения авторства на интеллектуальный продукт. 6. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации. 7. Модели разработки бренда. 8. Креативные и психотехнологии рождения бренда в индустрии моды и красоты.
	ПК-4– 32	<b>Перечень вопросов</b> 1. Исследования образа жизни населения при создании модного бренда. 2. Исследования потребностей рынка товаров и услуг при создании модного бренда. 3. Интернет как средство коммуникации и становления модного бренда. 4. Понятие «ресурса», «свертки» и «согласования» или «рассогласования». 5. Понятие «противоречия» и их разрешения с позиций ТРИЗ. Понятие «идеального конечного результата». 6. Алгоритм решения изобретательских задач в индустрии моды и красоты. 7. Составление заявки на изобретение товарного знака, промышленного образца изделия, технологию. 8. Проектирование модного продукта с использованием информационных технологий

### 7.2.2. Задания для оценки умений на зачете с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-4 Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	ПК-4– У1	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нормативно-законодательное обеспечения авторства на интеллектуальный продукт.</li> <li>2. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации.</li> <li>3. Модели разработки бренда.</li> <li>4. Креативные и психотехнологии рождения бренда в индустрии моды и красоты.</li> <li>5. Исследования образа жизни населения при создании модного бренда.</li> <li>6. Исследования потребностей рынка товаров и услуг при создании модного бренда.</li> <li>7. Интернет как средство коммуникации и становления модного бренда.</li> <li>8. Понятие «ресурса», «свертки» и «согласования» или «рассогласования».</li> </ol>
	ПК-4– У2	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Алгоритм решения изобретательских задач в индустрии моды и красоты.</li> <li>2. Составление заявки на изобретение товарного знака, промышленного образца изделия, технологию.</li> <li>3. Проектирование модного продукта с использованием информационных технологий</li> <li>4. Проектирование модного бренда в индустрии красоты. Основные этапы разработки бренда</li> <li>5. Проектирование модного бренда в индустрии моды Основные этапы разработки бренда.</li> <li>6. Разработка инновационных проектов в индустрии моды.</li> <li>7. Разработка инновационных проектов в индустрии красоты.</li> <li>8. Реклама предприятия</li> </ol>

### 7.2.3. Задания для оценки владений, навыков на зачете с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-4 Способен к разработке и обоснованию предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	ПК-4– В1	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение состава участников создания модного бренда в индустрии моды.</li> <li>2. Изучение состава участников создания модного бренда в индустрии красоты.</li> <li>3. Изучение закономерностей развития моды и уровни новизны в индустрии моды и красоты.</li> <li>4. Изучение общих черт и основных отличий понятий: модный бренд, товарный знак и торговая марка.</li> <li>5. Нормативно-законодательное обеспечения авторства на интеллектуальный продукт.</li> <li>6. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации.</li> <li>7. Модели разработки бренда.</li> <li>8. Креативные и психотехнологии рождения.</li> </ol>
	ПК-4– В2	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Исследования образа жизни населения при создании модного бренда.</li> <li>2. Исследования потребностей рынка товаров и услуг при создании</li> </ol>

		<p>модного бренда.</p> <p>3. Интернет как средство коммуникации и становления модного бренда.</p> <p>4. Понятие «ресурса», «свертки» и «согласования» или «рассогласования».</p> <p>5. Понятие «противоречия» и их разрешения с позиций ТРИЗ. Понятие «идеального конечного результата».</p> <p>6. Алгоритм решения изобретательских задач в индустрии моды и красоты.</p> <p>7. Составление заявки на изобретение товарного знака, промышленного образца изделия, технологию.</p> <p>8. Проектирование модного продукта с использованием информационных технологий.</p>
--	--	--

### Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимы несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

### 8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

#### 8.1. Основная учебная литература:

1. Баксанский О.Е. Технологии манипуляции массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход): Монография. – М.: ЛЕНАНД, 2019.
2. Антипов, К.В. Основы рекламы: Учебник / К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2017. - 328 с.
3. Васильев, Г.А. Основы рекламы: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2018. - 407 с.
4. Мазилкина, Е.И. Основы рекламы: Учебное пособие / Е.И. Мазилкина. - М.: Дашков и К, 2018. - 286 с.

#### 8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Карпова С.В., Годин А.М. Брендинг. КНОРУС. 2008
2. Тангейт М. Мужские бренды: Создание и продвижение товаров для сильного пола Альпина Паблицерз. 2010 <http://www.knigafund.ru/authors/12953>



3. Карпова С.В., Захарченко И.К. Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата. – М.: Юрайт, 2014.
4. Бронникова Т.С. Разработка бизнес-плана проекта : учеб. пособие для бакалавров. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2014.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).**

<http://www.trizminsk.org/index0.htm>  
[www.moda-online.ru/brend/](http://www.moda-online.ru/brend/)  
[www.mydress.ru/t/217](http://www.mydress.ru/t/217)  
<http://www.cosmoshopping.ru/moda/news/louis-vuitton-luchshij-modnyj-brend/>  
<http://www.elle.ru/>

<a href="http://elibrary.rsl.ru/">http://elibrary.rsl.ru/</a>	Сайт Российской электронной библиотеки (РГБ)
<a href="http://www.gumer.info">www.gumer.info</a>	Электронная библиотека ГУМЕР. Раздел НАУКА
<a href="http://www.jurnal.org/">http://www.jurnal.org/</a>	Сайт журнала научных публикаций для аспирантов и докторантов
<a href="http://www.moluch.ru/">http://www.moluch.ru/</a>	Сайт журнала «Молодой учёный»

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

Основными видами аудиторной работы обучающегося при изучении дисциплины являются лекции и семинарские занятия. Обучающийся не имеет права пропускать без уважительных причин аудиторные занятия, в противном случае он может быть не допущен к зачету.

На лекциях даются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции обучающийся должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал.

Завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины семинарские занятия. Они служат для контроля подготовленности обучающегося; закрепления изученного материала; развития умения и навыков подготовки докладов, сообщений по естественнонаучной проблематике; приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии.

Семинару предшествует самостоятельная работа обучающегося, связанная с освоением лекционного материала и материалов, изложенных в учебниках, учебных пособиях и в рекомендованной преподавателем тематической литературе. По согласованию с преподавателем или его заданию обучающийся может готовить рефераты по отдельным темам дисциплины. Примерные темы докладов, рефератов и вопросов для обсуждения приведены в настоящих рекомендациях.

### **10.1. Работа на лекции.**

Основу теоретического обучения обучающихся составляют лекции. Они дают систематизированные знания обучающимся о наиболее сложных и актуальных философских проблемах. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению обучающимися изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Излагаемый материал может показаться обучающимся сложным, необычным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных отраслей науки, религии, истории, практики. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать действия

преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета.

Обучающиеся должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Обучающимся, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

### **10.2. Работа с конспектом лекций.**

Просмотрите конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

### **10.3. Выполнение практических работ.**

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у обучающихся.

Практическое занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи занятия, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы. Дается список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к занятию.

Подготовка обучающихся к занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение обучающимися знаний, но и направленных на развитие у них творческого мышления, научного мировоззрения. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, обучающимся необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение, дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий. Обучающийся должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам практических занятий.

### **10.4. Подготовка докладов, фиксированных выступлений и рефератов.**

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, обучающийся должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с

последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 10-15 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Рекомендации к выполнению реферата:

1. Работа выполняется на одной стороне листа формата А 4.
2. Размер шрифта 14, межстрочный интервал (одинарный).
3. Объём работы должен составлять от 10 до 15 листов (вместе с приложениями).
4. Оставляемые по краям листа поля имеют следующие размеры:  
Слева - 30 мм; справа - 15 мм; сверху - 15 мм; снизу - 15 мм.

5. Содержание реферата:

- *Титульный лист.*
- *Содержание.*
- *Введение.*

Введение должно включать в себя краткое обоснование актуальности темы реферата. В этой части необходимо также показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и какое может иметь практическое значение.

- *Основной материал.*
- *Заключение.*

Заключение - часть реферата, в которой формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выполнение поставленных во введении задач и целей. Заключение должно быть чётким, кратким, вытекающим из основной части.

- *Список литературы.*

6. Нумерация страниц проставляется в правом нижнем углу, начиная с введения (стр. 3). На титульном листе и содержании, номер страницы не ставится.

7. Названия разделов и подразделов в тексте должны точно соответствовать названиям, приведённым в содержании.

8. Таблицы помещаются по ходу изложения, должны иметь порядковый номер. (Например: Таблица 1, Рисунок 1, Схема 1 и т.д.).

9. В таблицах и в тексте следует укрупнять единицы измерения больших чисел в зависимости от необходимой точности.

10. Графики, рисунки, таблицы, схемы следуют после ссылки на них и располагаются симметрично относительно центра страницы.

11. В списке литературы указывается полное название источника, авторов, места издания, издательство, год выпуска и количество страниц.

### **10.5. Разработка электронной презентации.**

Распределение тем презентации между обучающимися и консультирование их по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату. Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучаемые представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации обучающийся может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;
- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;
- размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);
- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.
- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

-списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

#### **10.6. Методика работы с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.**

В Институте созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в Институте комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте Института.

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие лифта, пандусов,

поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия: для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске); внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание); разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет: использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения; регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений; обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой Института по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия: ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий; в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию Института для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается; действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений; предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

#### **11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.**

При проведении лекционных занятий по дисциплине преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения Института, а также демонстрационные (презентации) и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования Института, при необходимости – с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

Лицензионное программно-	Microsoft Windows, Microsoft Office,
--------------------------	---

информационное обеспечение	Google Chrome, Kaspersky Endpoint Security
Современные профессиональные базы данных	1. Консультант+ 2. Справочная правовая система «ГАРАНТ».
Информационные справочные системы	1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные цифровые технологии» 2. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 3. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 4. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 5. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)

## **12. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНЫХ АУДИТОРИЙ И ОБОРУДОВАНИЯ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

Учебные занятия по дисциплине проводятся в специализированной аудитории, оборудованной компьютерами, с возможностями показа презентаций. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, видеороликов.

Применение ТСО (аудио- и видеотехники, мультимедийных средств) обеспечивает максимальную наглядность, позволяет одновременно тренировать различные виды речевой деятельности, помогает корректировать речевые навыки, способствует развитию слуховой и зрительной памяти, а также усвоению и запоминанию образцов правильной речи, совершенствованию речевых навыков.

### ***Перечень оборудованных учебных аудиторий и специальных помещений***

<p>№ 403а Кабинет рекламы и связей с общественностью Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- доска</li> <li>- стол преподавателя</li> <li>- кресло для преподавателя</li> <li>- компьютер</li> <li>- принтер</li> <li>- телевизор</li> <li>- комплекты учебной мебели</li> <li>- учебно-наглядные пособия</li> <li>- шкаф для хранения пособий</li> </ul> <p>Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 403а Кабинет рекламы и связей с общественностью Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- доска</li> </ul>

- стол преподавателя
- кресло для преподавателя
- компьютер
- принтер
- телевизор
- комплекты учебной мебели
- учебно-наглядные пособия
- шкаф для хранения пособий

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).

№ 404, 511

Помещения для самостоятельной работы

- комплекты учебной мебели
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),  
 Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).

№ 404

Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет

- комплекты учебной мебели;
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),  
 Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).

№ 401

Актный зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий

- специализированные кресла для актовых залов
- сцена
- трибуна
- экран
- технические средства, служащие для представления информации большой аудитории
- компьютер
- демонстрационное оборудование и аудиосистема
- микрофоны

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
 Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
 Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).

№ 515

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

- стеллажи

- учебное оборудование

**Разработчик: Фомина С.П. доцент кафедры сервиса**