



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет культуры

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и дизайн библиотек

Кафедра библиотековедения и библиографии факультета культуры

Образовательная программа по направлению
51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность

Профиль подготовки

Библиотечно-информационное обеспечение потребителей информации

Уровень высшего образования

бакалавриат

Форма обучения

очная

Статус дисциплины:

Б1.В.ДВ.13

Махачкала, 2017

Рабочая программа дисциплины составлена в 2017 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **05.03.06 Библиотечно-информационная деятельность** от 11 августа 2016 г., №1001 уровень бакалавриат

Разработчик: кафедра библиотековедения и библиографии,

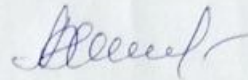
Лошаковская Зарина Казимовна, кандидат исторических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры библиотековедения и библиографии

« 30 » августа 2017 г., протокол №1

Зав. кафедрой _Аджаматова Н.К.



(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета культуры от 31 августа 2017г., протокол №6

Председатель Мирзаева А.Р.



(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением

« ____ » _____ 2017г.

Начальник УМУ

Гасангаджиева А.Г.



(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Реклама и дизайн в библиотеке» входит в вариативную часть Профессионального цикла образовательной программы бакалавриата по направлению **51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность**

Дисциплина реализуется на факультете культуры кафедрой библиотековедения и библиографии.

Содержание дисциплины: Определение библиотечной рекламы: целей, задач, сущности и функций. Рассмотрение технологии рекламно-информационной деятельности как средства продвижения библиотечно-информационных услуг и продукции, классификации средств и форм рекламы.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ОК-3, ОПК-5, ПК-8, ПК-19

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме - *контрольная работа, коллоквиум* и промежуточный контроль в форме *зачет*.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе 36 в академических часах по видам учебных занятий

Семестр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Всего	из них						
Лекции		Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации			
7	72	10	8	18			36	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются – формирование у студентов представления о сущности и отраслевой специфике рекламной и дизайнерской деятельности в библиотечно-информационных учреждениях; обеспечить будущего специалиста необходимыми знаниями в области теории, методологии и практики современной рекламной деятельности, организации, планирования и разработки механизма подготовки и распространения библиотечной рекламы и осуществления дизайна.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина является вариативной частью профессионального цикла 9Б3) образовательной программы бакалавриата по направлению **05.03.06 Библиотечно-информационная деятельность**. Организация учебного процесса и преподавание курса учитывают межпредметные связи, в том числе полученные студентами знания при изучении предшествующих дисциплин, а также материал параллельно осваиваемых учебных предметов. Учебная дисциплина «Реклама и дизайн в библиотеке» тесно связана с курсами «Менеджмент библиотечно-информационной деятельности», «Маркетинг библиотечно-информационной деятельности»

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОК-3, ОПК-5, ПК-8, ПК-19	<p>Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;</p> <p>Готовность к выявлению, оценке и реализации профессиональных инноваций;</p> <p>Готовность к выявлению и изучению информационных потребностей субъектов информационного рынка;</p> <p>Готовность к социальному партнерству</p>	<p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>знать: организационные основы рекламной деятельности; методологические и теоретические основы рекламы; закономерности формирования гармоничной предметной среды;</p> <p>уметь: разрабатывать и проводить рекламные кампании и мероприятия в рамках маркетинговых стратегий библиотечно-информационных учреждений; формировать интерьер библиотеки; разрабатывать и формировать фирменный стиль библиотеки.</p> <p>владеть: умениями организовать процессы и операции рекламирования библиотечно-информационного</p>

		учреждения, библиотечной продукции и услуг
--	--	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 49,78 академических часов.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (<i>по неделям семестра</i>) Форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
				Лекции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Контроль.		
1	Модуль I. Рекламная деятельность библиотечно- информационных учреждений.	6		6	10	2		18	Индивидуальный, фронтальный опрос, тестирование, проверка конспектов, контрольная работа
2	Модуль 2. Библиотечный дизайн	6		4	8	6		18	Индивидуальный, фронтальный опрос, тестирование, проверка конспектов, контрольная работа

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. занятия	
	Раздел I. Рекламная деятельность библиотечно-информационных учреждений.					

1	Понятие рекламы цели, задачи сущность	4	2			2
2	Функции и принципы библиотечной рекламы	6		2		4
3	Законодательно-правовые основы рекламной деятельности в библиотечном деле	8	2	2		4
4	Типы и виды рекламы библиотеки	8		4		4
5	Каналы и средства распространения рекламы библиотеки	10	2	2	2	4
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36	6	10	2	18
Раздел II. Библиотечный дизайн						
1	Основы дизайнерского проектирования. Библиотечные здания..	6	2	2		2
2	Проектирование предметной среды библиотеки: интерьер и оборудование.	10	2	2	2	4
3	Формирование фирменного стиля библиотеки	10		2	2	6
4	Дизайн библиотечных выставок	10		2	2	6
	<i>Итого по модулю 2:</i>	36	4	8	6	18
	ИТОГО	72	12	16	8	36

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам.

Модуль I. Рекламная деятельность библиотечно-информационных учреждений.

Тема 1. Понятие рекламы цели, задачи сущность.

Цель, задачи и содержание курса. Связь и соотношение с другими общенаучными и специальными дисциплинами. Значение курса в профессиональной подготовке специалистов библиотечного дела. Методологическая база и историография курса. Самостоятельная работа студентов в процессе изучения курса. Источники и литература.

Разнообразие понятий рекламы. Цели рекламы: информационная, агитирующая. Задачи рекламы. Совокупность информационно-пропагандистского воздействия рекламных средств и мероприятий на потребности населения в библиотечной продукции и услугах. Формирование и стимулирование потребительского спроса. Аспекты: экономический, просветительный, воспитательный, психологический, эстетический.

Тема 2. Функции и принципы библиотечной рекламы.

Формирование спроса на ресурсы, услуги и продукцию библиотеки и популяризация новых библиотечно-информационных услуг. Информирование

потенциальных пользователей о библиотечных услугах и продукции и пропаганда книги и чтения. Формирование потребностей и потенциальных пользователей. Стимулирование спроса на услуги и продукцию. Создание определенного представления о потребительских свойствах услуг, адресности, предназначении, условиях получения и использования. Психологическое воздействие на потенциальных пользователей библиотеки. Создание имиджа библиотеки.

Тема 3. Законодательно-правовые основы рекламной деятельности в библиотечном деле.

Общий обзор и комментирование Федерального закона РФ «О рекламе». Основные понятия, используемые в законе: надлежащая реклама, рекламодаделец, рекламопроизводитель, рекламодатель, потребитель рекламы, социальная реклама, недобросовестная реклама, недостоверная реклама, неэтичная реклама, заведомо ложная реклама, скрытая реклама и др.

Общий обзор и комментирование Международного кодекса рекламной практики. Основные права и обязанности субъектов рекламной деятельности в библиотечном деле.

Тема 4. Типы и виды рекламы библиотеки.

Подразделение рекламы книги на типы: по целевому назначению, по месту использования, по способу использования и технологическим средствам, по воздействию на органы чувств, по адресу, по массовости воздействия, по содержанию рекламного средства. Виды рекламы: адресная (информационная), престижная (создание положительного образа).

Тема 5. Каналы и средства распространения рекламы библиотеки.

Прямая почтовая реклама. Реклама в прессе. Печатная реклама. Экранная реклама. Радиореклама. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Сувенирная реклама. Витринная реклама.

Витринно-выставочные средства (декоративные и рекламные тексты). Плакатно-графические (плакаты, афиши, вывески, указатели, ценники, транспаранты и др.). Печатные (листочки, проспекты, каталоги, альбомы, рекламные вкладыши, буклеты). Газетно-журнальные (объявления, сообщения, статьи, обзоры, аннотации). Торгово-промышленные (товарные знаки, фирменные стили). Радиотелевизионные (текстовые, музыкально-текстовые, зрительные, зрительно-словесные, скетчи, консультации, беседы, обзоры, репортажи, комментарии, корреспонденции). Световые (газосветные и электрические рекламные установки, вывески, надписи, указатели)

Модуль II. Библиотечный дизайн.

Тема 1. Основы дизайнерского проектирования. Библиотечные здания.

Восприятие и оценка предметного мира. Внешняя форма предмета. Гармоничная форма и понятие композиции. Технический смысл и красота предмета. Предметная среда. Эргономика.

Общие требования к библиотечным зданиям. Функциональность библиотечного здания. Помещения обслуживания читателей. Помещения хранения. Служебные и

вспомогательные помещения. Основные средства устройства интерьера (меблировка, цветовое решение, освещение). Организация открытого пространства (ландшафтный дизайн) вокруг библиотеки.

Тема 2. Проектирование предметной среды библиотеки: интерьер и оборудование.

Свойства пространственной формы материальных предметов: геометрический вид, величина, положение в пространстве, масса, фактура, текстура, цвет. Дизайнерские разработки в проектировании библиотеки. Методика проектирования предметов. Особенности проектирования среды. Создание предметной среды библиотеки.

Интерьер, его особенности, эстетические требования к нему. Природа эмоционального воздействия интерьера на человека. Декоративные виды искусства в интерьере. Основы шрифтового искусства. Цвет в декоративном убранстве интерьеров общественных зданий. Организация световой среды интерьеров. Озеленение как средство декоративного убранства интерьера.

Знакомство с лучшими интерьерами общественных зданий. Анализ интерьеров, составление отчетов по экскурсиям, рекомендаций по совершенствованию решений интерьеров библиотек

Тема 3. Формирование фирменного стиля библиотеки.

Основные составные элементы фирменного стиля: знаки коммуникации и ориентации, эмблема, значок, фирменная одежда, визитные карточки сотрудников, фирменная реклама. Выполнение эскизов элементов фирменного стиля. Художественная реклама как элемент фирменного стиля библиотеки. Выполнение эскиза элементов фирменного стиля.

Тема 4. Дизайн библиотечных выставок

Выставка как средство реорганизации библиотечного пространства. Требования к заголовку библиотечной выставки: основная идея, объем, целевое и читательское назначение, оригинальность, использование многозначных заголовков, интригующий заголовок. Композиционные методы библиотечной выставки: увеличение/уменьшение объекта. Изменение масштаба, фрагментирование, монтаж, изменение фактуры. Цветовое решение выставки. Влияние цвета на восприятие выставки. Естественное и искусственное освещение. Шрифтовое и декоративное оформление выставки. Советы Роберта Рольфа – профессионального библиотечного консультанта

5. Образовательные технологии

В процессе изучения курса у студентов развиваются такие методы мышления, как выдвижение гипотез и формулирование проблем, анализ, синтез, индукция, дедукция, абстрагирование, конкретизация, обобщение, ограничение, аналогия, противоположность.

В ходе освоения дисциплины, при проведении аудиторных занятий используются такие образовательные технологии как: лекции с использованием наглядных пособий, практические и семинарские занятия с использованием активных и интерактивных форм их проведения, разбираются кейсовые задания, проводятся контрольные работы. При

организации самостоятельной работы на занятиях используются такие образовательные технологии как: разбор конкретных ситуаций, работа с дополнительной литературой, подготовка устных докладов.

Учебная работа и содержание деятельности по дисциплине

Учебная работа подразделяется на следующие виды: занятия в аудитории и самостоятельную работу студентов.

Наименование	Содержание деятельности	Формируемые компетенции
Занятия в аудитории	Усвоение учебного материала, устные доклады, участие в дискуссиях, решение задач в режиме соревнования, сдача реферата	ОК-1
Самостоятельная работа	Повторение учебного материала с целью закрепления, ознакомление с литературой по данному курсу, подготовка к семинарам, контрольным работам, к сдаче зачета	ОК-2
	Выполнение реферата: подбор и анализ материала, оформление реферата	ОК-9

В аудитории проводятся лекции и практические (семинарские) занятия.

Организация лекционных занятий

Первое лекционное занятие отличается от остальных занятий вводной частью.

Вводная часть занятия происходит следующим образом:

- знакомство с учебной группой (группами);
- рекомендуется список литературы для самостоятельного изучения по предмету и дается ссылка на программу дисциплины в сети Internet;
- дается краткая характеристика дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»;
- описание образовательного процесса по дисциплине в течение семестра.

После этого начинается переход к теме первой лекции. Студенты записывают тему лекции и вопросы, которые будут рассматриваться в ней. Далее излагаются последовательно все вопросы по данной теме. По мере необходимости на доске рисуются диаграммы, графики, таблицы, которые заносит в конспект студенты. Лекции проходят в активной форме: в ходе лекции задаются вопросы аудитории. Приветствуются вопросы от студента к преподавателю.

Примечание. Во время проведения лекционных занятий возможно применение аудио - визуальных средств технических средств.

Организация практических занятий (семинаров)

Практические занятия (семинары) состоят из устных докладов студентов, организации дискуссий и решения задач в режиме соревнований.

Устные доклады организуются следующим образом:

- прослушивается выступление студента по избранной теме;
- студент, выступивший с докладом, отвечает на вопросы от группы или преподавателя, которые возникают после выступления;
- преподаватель дает общую оценку выступлению, в котором указывает на его

достоинства и недостатки и ставит оценку студенту за выступление.

Выступления оцениваются по следующим критериям:

- по степени соответствия содержания теме доклада;
- по полноте охвата и глубине знания предмета;
- четкости и аргументированности ответа;
- по уровню изложения материала студентами.

Дискуссии организуются следующим образом:

- выявляются проблемные вопросы (например - проблема терроризма, от которой страдают люди во многих странах мира);
- студентами предлагаются различные варианты, чтобы жизнь на Земле была более безопасной и комфортной для людей;
- в ходе дискуссий выявляется ряд рациональных решений;
- за наиболее рациональные и оригинальные решения студенты получают оценки.

В предложенных решениях оцениваются полнота охвата и глубина знания проблемы, четкость, аргументированность решений.

Организация решения задач в режиме соревнования.

Группе предлагается задача, которую надо решить правильно и быстро, насколько это возможно. Если наблюдается затруднение в решении, то выдаются подсказки, которые способствуют решению задачи. В решениях задач оценивается ясность, четкость, логичность, а также быстрота решения. За правильное и оперативное решение студенты получают оценки. Если же и после подсказки у группы сохраняется проблема с решением задачи, то преподаватель на доске показывает группе полное решение с подробным объяснением метода решения задачи.

Далее, если есть время, предлагается для решения следующая задача.

Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и изучению дисциплины.

К самостоятельной работе студентов относятся: повторение учебного материала с целью закрепления, ознакомление с литературой по данному разделу, подготовка к семинарам и к контрольной работе, работа над рефератом. Во время самостоятельной работы студенты должны усвоить пройденный материал, ознакомиться с дополнительной литературой с целью более глубокого понимания изучаемых вопросов и расширения кругозора.

Подготовка к семинарам и к контрольной работе имеют много общего. В обоих случаях необходимо ознакомиться с дополнительной литературой и тем объемом пройденного лекционного материала, который необходим для подготовки. Отличие заключается в объемах материала. Подготовка к контрольной работе выполняется в объеме всех тем, пройденных до контрольной работы, а к семинару - в объеме одной, двух тем.

Самостоятельная работа над рефератом начинается с выбора исходного материала, в качестве которого могут быть печатные издания, источники из сайтов Internet. После анализа материала составляется краткое оглавление по теме. Затем следует последовательно скомпоновать содержание реферата в соответствии с оглавлением. Помимо текстовой части реферат может включать табличный материал, рисунки, если это улучшает качество изложения. В конце изложения приводится список использованной литературы и ссылки на материалы из сети интернет, если это имеет место. Реферат оформляют печатным или рукописным способом, с оглавлением и титульным листом. К самостоятельной работе относится также подготовка к сдаче устного зачета по билетам путем повторения и усвоения учебного материала, чтения литературы по курсу.

В рамках учебного курса предусматриваются встречи с руководителями библиотечного дела, участие в научно-практических конференциях.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Вид самостоятельной работы	Семестр 7.											
	Номер недели семестра											итог
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Изучение раздела: Рекламная деятельность библиотечно-информационных учреждений	2	2										4
Подготовка к семинарским занятиям по теме.			2	2								6
Подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине					2							2
Изучение раздела: Библиотечный дизайн						2	2					4
Подготовка к семинарским занятиям по теме.								2	2	2		6
Подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине											2	2
Выполнение реферата по выбранной теме									2	2		4
Подготовка к зачету											4	4
Итого в неделю часов	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	6	28

На факультете имеется выход к электронно-библиотечной системе НБ ДГУ, содержащей издания по изучаемым дисциплинам, электронная библиотека периодических изданий. Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы базовой части всех циклов, изданными за последние 5 или 10 лет, по требуемому нормативу. Имеется фонд дополнительной литературы, включающий специализированные периодические издания («Библиотекведение», «Научные и технические библиотеки» и т.д.), справочно-библиографические, учебные и научные издания. На факультете имеется учебно-методический кабинет, Научная библиотека располагает читальным залом отдела редкой и рукописной книги. Таким образом, имеются все условия для успешной самостоятельной работы студентов.

Темы практических и/или семинарских занятий.

Тема 1. Организационно-правовая база рекламной деятельности и ее применение в библиотечно-информационных учреждениях.

Вопросы для обсуждения:

1. Федеральный закон РФ «О рекламе».
2. Международный кодекс рекламной практики.
3. Основные права и обязанности субъектов рекламной деятельности в библиотечном деле.

Литература:

1. О рекламе: Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ //Рос.газ. – 1995. – 25

- июля.
2. О товарных знаках, знаках обслуживания и наименовании мест происхождения товаров: Закон РФ от 23 сент. 1992 г. № 3520-1 //Рос.газ. – 1992. – 17 окт.
 3. Об авторском праве и смежных правах: Закон РФ от 9 июля 1993 г. № 5351-1 //Рос. Газ. – 1993. – 3 авг.
 4. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама? –М: Либерия, 1997 - 100с
 5. Песоцкий Е.А. Современная реклама: Теория и практика. – Ростов н/Д, 2003. – 352с
 6. Реклама предприятия: Правовое регулирование. - М, 1996. - 127 с.

Тема 2. Структура и состав маркетинговых коммуникаций.

Вопросы для обсуждения:

1. Связи с общественностью как основа маркетинговых коммуникаций в библиотеке.
2. Реклама как элемент связей с общественностью.
3. Паблицити, адвенториал, пропаганда – сопутствующие элементы маркетинговых коммуникаций.

Литература:

1. Ашервуд Б. Азбука общения, или Паблик рилейшинз библиотеки / Б. Ашервуд .- М.: Либерия, 1995 .- 176 с.
2. Борисова О.О. Библиотечно-библиографическая реклама : учеб.-практ. пособие / О.О. Борисова .- М.: ИПО Профиздат; изд-во МГУК, 2002 .- 224 с.
3. Ключев В.К. Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности: учеб. пособие / В.К.Ключев, Е.М. Ястребова .- М.: МГУК, 1998 .- 144 с.
4. Чрелашвили О. Реклама в библиотеке и реклама библиотек / О. Чрелашвили // Библиотечное дело .- 2004 .- № 8 .- С. 31-34.
5. Штыхван В. Искусство привлекать. Связь с общественностью и формирование имиджа / В. Штыхван // Библиотечное дело .- 2004 .- № 6 .- С. 22-24.

Тема 3. Рекламные технологии и их применение в библиотечно-информационной деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Процесс разработки рекламной стратегии.
2. Специфика информационно-библиотечных ресурсов как объекта рекламной деятельности.
3. Рекламное сообщение, его функциональные и структурные особенности.
4. Методы привлечения внимания к рекламе.

Литература:

1. Беклешов Д В , Попырин В И Реклама в системе маркетинга. Учебное пособие. - М, 1989. - 124с
2. Балашова Е.В. Библиотечный дизайн: учеб. пособие / Е.В. Балашова, М.Н.Тищенко, А.Н.Ванеев .- М.: Гардарика, 2004 .- 288 с.
3. Борисова О.О. Библиотечно-библиографическая реклама : учеб.-практ. пособие / О.О. Борисова .- М.: ИПО Профиздат; изд-во МГУК, 2002 .- 224 с.
4. Викентьев И.Л. Приемы рекламы. – СПб, 1995. - 120 с
5. Картер Г. Эффективная реклама: Путеводитель для малого бизнеса.; Пер. с англ. –

- М, 2001 - 244 с.
6. Кохтев Н. Н. Реклама. Искусство слова - М, 1997. - 120 с.
 7. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама? –М: Либерия, 1997 - 100с.
 8. Михнева И. Б., Цесарская Г. Л. Как сделать рекламу библиотеки: теория , методика, практика. – М: РГБ, 1996. - 220 с.
 9. Музыкант В. Л. Реклама: функции, цели, каналы распространения: Курс лекций. - М, 1997.- 212 с.

Тема4. Реклама в Интернет

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности, преимущества и недостатки рекламы в Интернет.
2. Основные технологии и методы Интернет-рекламы.
3. Особенности создания рекламных сообщений в Интернете.
4. Основные требования к построению текстового и изобразительного ряда рекламного сообщения.
5. Гипертекст как носитель рекламной идеи.

Литература:

1. Картер Г. Эффективная реклама: Путеводитель для малого бизнеса.; Пер. с англ. – М, 2001 - 244 с.
2. Кохтев Н. Н. Реклама. Искусство слова - М, 1997. - 120 с.
3. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама? –М: Либерия, 1997 - 100с.
4. Михнева И. Б., Цесарская Г. Л. Как сделать рекламу библиотеки: теория , методика, практика. – М: РГБ, 1996. - 220 с.
5. Музыкант В. Л. Реклама: функции, цели, каналы распространения: Курс лекций. - М, 1997.- 212 с.
6. Панкратов Ф. Г., Серегина Т. К. и др. Рекламная деятельность. - М, 1999 - 364с.
7. Песоцкий Е.А. Современная реклама: Теория и практика. – Ростов н/Д, 2003. – 352с.
8. Соболева Е. Создание home page //Библиотека. – 1998. - №1. - С.55-54.
9. Якутова М. Pura lex – sed lex! / М. Якутова // Библиотечное дело .- 2004 .- № 10 .- С. 2-12.

Тема5. Проектирование предметной среды библиотеки

Вопросы для обсуждения:

1. Зарождение и развитие дизайна.
2. Эстетические требования к интерьеру.
3. Закономерности и средства композиции в художественном проектировании.
4. Монументальные виды искусства в интерьере.
5. Декоративные виды искусства в интерьере.

Литература.

1. Балашова Е.В. Библиотечный дизайн: учеб. пособие / Е.В. Балашова, М.Н.Тищенко, А.Н.Ванеев .- М.: Гардарики, 2004 .- 288 с.
2. Матлина С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама? –М: Либерия,

- 1997 - 100с.
3. Справочник библиотекаря/ Науч. ред. А.Н. Ванеев, В.А, Минкина. – СПб: Профессия, 2004. – 448с
 4. Ашкинази С. Уроки одной реконструкции //Библиотека. - 2000. - №9. - С.25-26
 5. Мосягина Л. В новом доме жизнь устроили по-новому//Библиотека. 2000. №9. С 22-24
 6. Павлова И.А. Библиотечный интерьер: требования и задачи //НТБ. – 1995. - №7. – С.34-47
 7. Ястребова Е.М. Красиво, современно, технологично: архитектура и дизайн немецких библиотек //НТБ. – 1994. - №3. – С.59-63

Лабораторные работы (лабораторный практикум)

Лабораторно-практические занятия:

1. Анализ рекламных продуктов
2. Предъявление аргумента в рекламном тексте.
3. Разработка рекламной стратегии конкретной библиотеки.
4. Оформление книжно-иллюстративной библиотечной выставки.
5. Оформление тематических книжных стендов, витрин, плакатов.
6. Выполнение эскизов элементов фирменного стиля.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Компетенции	Знания, умения, навыки	Процедуры освоения
(ОК-1); наличием культуры мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации	Знать: теоретико-методологические и организационные основы научных исследований в области информационно-библиотечных наук. Уметь: использовать метод научных исследований при выполнении контрольных, курсовых и выпускных квалификационных (магистерских) работ. Владеть: основными методами научных исследований, используемыми в науках информационно-библиотечного цикла	Устный опрос (фронтальный, индивидуальный), письменная контрольная работа. Закрытый тест, реферат

<p>(ОК-9); способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы</p>	<p>Знать: содержание международных библиографических и информационных программ; состав и значение международных стандартных номеров книжных, сериальных изданий; Уметь: идентифицировать структуру универсальных энциклопедий и основных видов библиографических изданий Владеть: методами сбора, анализа библиографической информации, принципами подготовки и издательских и книготорговых библиографических пособий.</p>	<p>Устный опрос (фронтальный, индивидуальный), письменная контрольная работа. Закрытый тест, реферат</p>
<p>(ОК-12); овладением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, наличием навыков работы с компьютером как средством управления информацией</p>	<p>Знать: основы организации, способы и средства получения, хранения и переработки библиографической информации с помощью современных информационных технологий. Уметь: использовать международные библиографические и информационные программы Владеть: методами сбора, анализа, обобщения эмпирической информации в области библиографии с помощью современных информационных технологий.</p>	<p>Устный опрос (фронтальный, индивидуальный) письменная контрольная работа.</p>

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

Выделяются три уровня сформированности компетенции:

Ключевые образовательные компетенции	Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций		
		низкий	средний	высокий
Информационные Обеспечивают	Умение работать с	Слабо развиты умение работать с	Хорошо развиты навыки работы с	Самостоятельно работает с

навыки деятельности студента по отношению к информации, составляющей содержание учебной дисциплины и образовательных областей, а также содержащейся в окружающем мире	информацией используя возможности новых инф. технологий	различными источниками информации, навыки анализа, преобразования информации, формулирования и аргументации выводов	различными источниками информации. Проявляет указанные навыки при поддержке преподавателя	различными источниками информации, обладает способностью преобразовывать информацию, делать обобщения, формулировать, аргументировать выводы, сохранять и передавать информацию
Коммуникативные Навыки общения, сотрудничества, командной работы, направленной на достижение общего результата	Овладение способами взаимодействия с окружающей средой и людьми, навыками общения, сотрудничества в различных областях, умениями отстаивать собственное мнение, быть терпимым к мнению других, контактность в различных социальных группах	Слабое владение способами взаимодействия с окружающей средой и людьми, неразвитость коммуникативных качеств	Хорошее владение способами взаимодействия с окружающей средой и людьми, удовлетворительное развитие коммуникативных качеств	Высокий уровень сформированности навыков взаимодействия с окружающей средой и людьми. Обладание навыками общения, сотрудничества в различных областях и социальных группах. Выступает в качестве лидера при командной работе

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (отражены в УМК каждой дисциплины). Они включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических и лабораторных занятий, контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты; тематику курсовых работ, рефератов и т.п., т.е. такие средства контроля, которые позволяют оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Оценка успеваемости студентов строится в соответствии с Положением о модульном принципе организации учебного процесса и балльно-рейтинговой системе (МРС) оценки учебной, научно-исследовательской и общественной деятельности студентов разработано в соответствии с Концепцией системы менеджмента качества подготовки специалистов в университете.

Дисциплинарный модуль (ДМ) – относительная часть учебной дисциплины, по окончании изучения которой осуществляется промежуточный контроль знаний студентов. Текущая работа – все виды аудиторной и внеаудиторной работы студентов по данному

дисциплинарному модулю, результаты которой оцениваются до промежуточного контроля.

Промежуточный контроль – это проверка полноты знаний по освоенному материалу дисциплинарного модуля .

Итоговый контроль – это подведение итогов текущей работы и промежуточных контролей по дисциплинарным модулям.

Рейтинговая оценка по дисциплинарному модулю складывается из количества баллов, набранных за текущую работу и баллов промежуточного контроля по ДМ. Текущий контроль может включать следующие виды учебных поручений: посещение занятий; участие на практических занятиях; выполнение лабораторных заданий; выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ; защита рефератов (докладов); и др. Формы проведения промежуточного контроля: устный опрос; письменная контрольная работа; тестирование; деловая игра; и др. Максимальное, суммарное количество баллов по результатам текущей работы и промежуточного контроля по ДМ составляет - 100 баллов. Распределение этих баллов между текущим и промежуточным контролем производится на кафедрах в зависимости от теоретической и практической составляющей дисциплины.

Шкала диапазона для перевода рейтингового балла в «5»-балльную систему устанавливает Ученый совет университета

Зачет

Вопросы к зачетам охватывают весь теоретический и практический материал, выдаются студентам в начале семестра. Используются студентом для проверки подготовленности к сдаче зачета по данной дисциплине. В измененном виде вопросы входят в билет, который содержит, как правило, по два вопроса: 1 - по теории вопроса, 1 - по практической части дисциплины.

Курсовая работа

Защита курсовой работы происходит в аудитории с присутствием студентов и членов кафедры. В ходе защиты работы студент в виде сообщения или презентации знакомит присутствующих с темой и исследовательской частью работы. Оценка выставляется на основании разработанных критериев с учетом всех требований к курсовым работам после закрытого коллегиального обсуждения.

Критерии оценивания курсовой работы:

1. Актуальность работы - 10-15 баллов.
2. Степень изучения материала - 10 -20 баллов.
3. Степень самостоятельности - 10 - 15 баллов.
4. Владение методологией исследования - 10-15 баллов.
5. Практическая значимость работы - 10 - 20 баллов.
6. Качество выполненной итоговой работы - 10-15 баллов.

Итого: 60-100 баллов.

7.3. Типовые контрольные задания. Тематика курсовых/контрольных работ/рефератов

1. Современные проблемы теории и практики рекламы библиотечно-информационных услуг.
2. Проблемы библиотечной рекламы: состояние и перспективы
3. Принципы и технологию рекламной деятельности в современных информационно-библиотечных учреждениях.
4. Основная цель рекламы библиотечно-информационного учреждения.
5. Функции библиотечной рекламы
6. Типы и виды рекламы библиотеки.
7. Рекламное сообщение как основа рекламной деятельности
8. Планирование и проведение рекламной кампании.
9. Интернет-реклама библиотеки
10. Проблемы освоения библиотечного пространства.
11. Традиции и инновации библиотечной рекламы.
12. Рекламная деятельность как средство формирования общественного имиджа библиотеки.
13. Опыт и проблемы рекламной деятельности общедоступных библиотек.
14. Опыт и проблемы формирования привлекательного образа в российских библиотеках.
15. Опыт создания фирменного стиля в зарубежных библиотеках.
16. Фирменный стиль библиотеки (информационный дизайн, внешний облик сотрудников).
17. Проектирование предметной среды библиотеки.
18. Здания, интерьер и оборудование библиотек.
19. Ведущая роль оформления интерьера во внутренней рекламе библиотеки.
20. Информационные ресурсы и демонстрация их использования как основа рекламной деятельности библиотеки.

Контрольные вопросы по дисциплине

1. Теоретико-методологические основания рекламы и рекламно-информационной библиотечной деятельности
2. Реклама: сущность, функции, понятийный аппарат
3. Реклама, пропаганда, информация: взаимосвязь понятий
4. Библиотечная реклама: определение, функции, специфика, классификация» выдвинуты и обоснованы понятия "библиотечная реклама
5. Рекламная информация – ведущий компонент библиотечной рекламы
6. Рекламно-информационная библиотечная деятельность в контексте общемировой истории рекламы
7. Зарождение книжной, библиотечно-библиографической рекламы в России и зарубежных странах
8. Развитие рекламы и рекламно-информационных технологий зарубежных и российских библиотек
9. Реклама как социальный институт: общественная значимость библиотечной рекламы
10. Правовые основы библиотечной рекламы
11. Социально-психологические и этические основания библиотечной рекламы
12. Реклама в контексте Паблик Рилейшнз, формирование фирменного стиля и имиджа библиотеки
13. Рекламно-информационные технологии библиотечной деятельности
14. Организация и технология проведения рекламных кампаний в библиотеках
15. Организация световой среды интерьеров.

16. Эстетическая и утилитарная функция элементов природы в интерьере.
17. Приемы создания ландшафтного интерьера.
18. Использование произведений станковой живописи в решении интерьера.
19. Значение цвета в декоративном убранстве интерьера
20. Графическое искусство как составной элемент декоративно-оформительского искусства.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля - ____% и промежуточного контроля - ____%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - ____ баллов,
- участие на практических занятиях - ____ баллов,
- выполнение лабораторных заданий - ____ баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - ____ баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос - ____ баллов,
- письменная контрольная работа - ____ баллов,
- тестирование - ____ баллов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) Основная литература:

1. Балашова Е.В. Библиотечный дизайн: учеб. пособие / Е.В. Балашова, М.Н.Тищенко, А.Н.Ванеев .- М.: Гардарики, 2004 .- 288 с.
2. Борисова О.О. Библиотечно-библиографическая реклама : учеб.-практ. пособие / О.О. Борисова .- М.: ИПО Профиздат; изд-во МГУК, 2002 .- 224 с.
3. Борисова, О. О. Реклама в библиотеке / О. О. Борисова. - Москва : Либерей-Бибинформ, 2005. - 216 с.
4. Викентьев И.Л. Приемы рекламы. – СПб, 1995. - 120 с
5. Костина, А. В. Основы рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпучин. – Москва : КНОРУС, 2010. - 399 с.
6. Матлина, С. Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама : практическое пособие / С. Г. Матлина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Либерей, 2000. - 127 с..
7. Михнева И. Б., Цесарская Г. Л. Как сделать рекламу библиотеки: теория , методика, практика. – М: РГБ, 1996. - 220 с.
8. Работа на показ: книжно-иллюстративные выставки в библиотеке : дайджест / [сост. Е. А. Филимонова ; отв. за выпуск Л. В. Реутова] ; ВМУК «ЦСГБ», Центр гор. б-ка, отдел библиотечного маркетинга. – Волгоград, 2013. – 49 с.
9. Справочник библиотекаря/ Науч. ред. А.Н. Ванеев, В.А, Минкина. – СПб: Профессия, 2004. – 448с.
10. Фирменный стиль как средство позиционирования библиотек в обществе : методические рекомендации / КРУ «Универсальная научная библиотека им. И.Я. Франко»; сост. Е.С. Устюжанина; ред. Е.В. Дерунец. - Симферополь, 2013. - 20 с

б) Дополнительная литература:

11. Ашкинази С. Уроки одной реконструкции //Библиотека. - 2010. - №9. - С.25-26
12. Важко, О. А. Раскрываем и показываем : о выставочной работе Отдела информационно-библиографического обслуживания // Библиотечное дело. - 2012. -

- № 24. - С. 4-7
13. Гачко, Е. Мобильность - главное достоинство выставки // Библиополе. - 2013. - № 3. - С. 35-37
 14. Зарубина, Е. "Вам, из другого поколения..." // Библиополе. - 2010. - № 10. - С. 36-38
 15. Зарубина, Е. Выразительно, наглядно и нескучно // Библиополе. - 2011. - № 4. - С. 23-26.
 16. Криворучко М. Будьте узнаваемы! : фирменный стиль библиотеки / М. Криворучко // Библиополе. - 2009. - № 4. - С. 52-54
 17. Крякова, С. "Цепляет" глаз, "цепляет" душу // Библиотека. - 2011. - № 8. - С. 58-61.
 18. Матлина С. Книжно-иллюстративные выставки. Виды их классификации по разным основаниям. Выставки новых поступлений. Особенности внутрислопочных выставок // Библиотека в школе. - 2005. - № 20. - С. 35 - 41.
 19. Матлина С. Нестандартные и интерактивные выставки. Выставка - кроссворд, выставка-викторина, выставка-хобби, выставка-икебана и др. Возможности использования музыкального и видеоряда. Особенности создания стендов, щитов, планшетов как наглядных форм продвижения изданий // Библиотека в школе. - 2005. - № 21. - С. 34-39.
 20. Матлина С. Эффективность выставочной работы. Баланс между количеством и качеством выставок. Критерии эффективности оценки выставок. Показатели эффективности. Дифференцированные способы изучения эффективности отдельных элементов выставки // Библиотека в школе. - 2005. - № 22. - С. 33-38.
 21. Михайлова Е. Реклама в прессе // Библиотека. - 2003. - №6. - С.34-35.
 22. Мосягина Л. В новом доме жизнь устроили по-новому // Библиотека. 2000. - №9. - С. - 22-24
 23. Мужикова, Е. Самая, самая, самая... : [профессиональный конкурс] // Библиополе. - 2012. - № 7. - С. 31-32.
 24. Недашковская Т. Свободные пространства - особенность новой архитектуры библиотек / Т. Недашковская // Библиополе. - 2011. - № 3. - С. 14-18.
 25. Павлова И.А. Библиотечный интерьер: требования и задачи // НТБ. - 2005. - №7. - С.34-47.
 26. Степанова, А. С. Шаги навстречу или в одном направлении? : что может интерактивная выставка // Библиотечное дело. - 2011. - № 8. - С. 12-15
 27. Шосаидова, Г. С. "А вы ноктюрн сыграть могли бы?..." Айс-стопперы для литературных выставок [Текст] / Г. С. Шосаидова, Н. Беляева // Библиотечное дело. - 2010. - № 4. - С. 30-31
 28. Штукатурова, Н. М. С "Лейкой" и блокнотом : выставки и экспозиции о Великой Отечественной войне // Библиотечное дело. - 2012. - № 10. - С. 30-32
 29. Шумина И. Дизайн как средство коммуникации : прошлое и будущее Алтынжарской сельской библиотеки / И. Шумина, А. Логинова // Библиополе. - 2011. - № 3. - С. 5-8. Штыхван В. Н. Узнаваемость и привлекательность / В. Н. Штыхван, Н. В. Теплова // Современ. б-ка. - 2010. - № 2. - С. 70-74. Штыхван В. Фирменный стиль, или Реклама как инструмент продвижения чтения / В. Штыхван, Н. Теплова // Библ. дело. - 2007. - № 17. - С. 11-13
 30. Ястребова Е.М. Красиво, современно, технологично: архитектура и дизайн немецких библиотек // НТБ. - 2004. - №3. - С.59-63.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Имидж библиотеки как фактор ее развития [Электронный ресурс] // <http://regionlib.ru/blog/2011/01/imidzh-biblioteki-kak-faktor-ee-razvitiya/>

2. Каспер Н.В. Реклама библиотеки: взгляд в будущее [Электронный ресурс]: курсовая работа /Н.В. Каспер // http://revolution.allbest.ru/marketing/00198952_0.html
3. Имидж библиотеки [Электронный ресурс]: рекомендательный список // <http://www.publiclibrary.ru/readers/specialist/librarians-image.htm>
4. Виды, средства и формы библиотечной рекламы [Электронный ресурс] // http://www.teenbook.ru/vzros1/biblios/metodicheskaya_polka9253/269/item_820/
5. Издательская деятельность, комфортная среда и привлекательный образ библиотеки [Электронный ресурс]: семинар библиотекарей муниципальных библиотек // http://www.chaltlib.ru/articles/Library/spetsialistu/v_kopilku_spetsialista/vypusk_4_1_4/
6. Имидж библиотеки и библиотекарей в г.Белово [Электронный ресурс]// http://bibliobred.blogspot.com/2010/06/blog-post_24.html
7. Иванова Т.И. Проблема имиджа библиотечной профессии на современном этапе (на примере школьных библиотекарей) [Электронный ресурс] // http://image.websib.ru/05/text_article.htm?391
8. Матвеев М.Ю. Имидж библиотек как социокультурный феномен [Электронный ресурс] /М.Ю. Матвеев // http://dibase.ru/article/29062009_matveevmu/3
9. Кузьмичева Н. Имидж библиотеки: как не стать «Увядающей фиалкой» [Электронный ресурс] /Н.Кузьмичева // http://libavtograd.tgl.ru/search.php?page_id=1485
10. Дизайн библиотеки [Электронный ресурс]: блог научно-методического отдела Харьковской государственной научной библиотеки им. В.Г. Короленко // http://methodist-biblioteki.blogspot.com/2009/05/blog-post_07.html
11. Новые имиджевые технологии в работе детских библиотек [Электронный ресурс]: выездной семинар на базе Обоянской центральной детской библиотеки МУК "Обоянская межпоселенческая библиотека" - экспериментальной площадки по формированию библиотечной имиджевой политики // <http://obbib.narod.ru/index-8.htm>
12. Зуева О.И. Рекламно-имиджевая деятельность библиотек [Электронный ресурс] /О.И. Зуева // <http://www.nlr.ru/nlr/div/nmo/zb/lib/search.php?id=1381&t=4>
13. Печенина С.М. Методическая разработка цикла книжных выставок «Вкусная книга» [Электронный ресурс] / МУК «Центральная публичная библиотека» Новоуральского городского округа ; Зал универсальных фондов. – Режим доступа: http://www.publiclibrary.ru/librarians/sunduchok/5_bibliorestoran.htm
14. Четыркина И.В. «Самая обаятельная и привлекательная» [Электронный ресурс] /И.В. Четыркина // <http://www.bibliograf.ru/issues/2009/6/129/0/982/>
15. Русак З.В. Библиотечная реклама как эффективный инструмент продвижения чтения [Электронный ресурс] /З.В. Русак // <http://www.detlit.takvkm.ru/libraries5.html>
16. Янков А.В. Привлечение молодежи Великобритании к участию в библиотечных проектах [Электронный ресурс] /А.В. Янков // <http://vmo.rgub.ru/foreign/review/britain.php>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

В течение семестра обучающийся должен выполнить реферат по выбранной теме. Работа над рефератом начинается с выбора исходного материала, в качестве которого могут быть печатные издания, источники из сайтов Internet. После анализа материала

составляется краткое оглавление по теме. Затем следует последовательно скомпоновать содержание реферата в соответствии с оглавлением. Помимо текстовой части реферат может включать табличный материал, рисунки, если это улучшает качество изложения. В конце изложения приводится список использованной литературы и ссылки на материалы из сети Internet, если это имеет место. Объем реферата должен быть в пределах от 3 до 8 листов при междустрочном интервале 1,25 (при превышении объема оценка за реферат может быть снижена на 1 балл). Причем в указанный объем не входят титульный лист, оглавление, список использованной литературы.

Качество выполнения оценивается по степени соответствия содержания реферата теме, полноте и глубине охвата, четкости и ясности изложения материала.

Реферат оформляют печатным или рукописным способом, с оглавлением и титульным листом.

Сдача реферата на проверку не позднее 10-ой недели учебного семестра и возможна в трех вариантах: в печатном виде, в рукописном виде и в виде вложения в формате «DOC» по e-mail.

Лекции рекомендуется конспектировать. Это помогает более прочному усвоению материала лекций. По ходу лекции студенты могут задавать вопросы по теме лекции. Такие вопросы способствуют лучшему пониманию материала.

На практических (семинарских) занятиях, которые проходят в интерактивном режиме, студенты должны проявлять активность при обсуждении темы семинара.

Требования к выполнению контрольной работы:

К контрольным работам предъявляются следующие требования:

- работы должны выполняться на базе пройденных тем письменно;
- работы должны быть выполнены в аудитории в течение 45 мин.;
- при неявке студента на контрольную работу, работа выполняется на следующем занятии.

При оценке качества контрольной работы учитываются степень соответствия теме вопроса, полнота охвата и глубина знания, четкость ответа, уровень изложения материала студентами.

Организация практических занятий (семинаров)

Практические занятия (семинары) состоят из устных докладов студентов, организации дискуссий и решения задач в режиме соревнований.

Устные доклады организуются следующим образом:

- прослушивается выступление студента по избранной теме;
- студент, выступивший с докладом, отвечает на вопросы от группы или

преподавателя, которые возникают после выступления;

-преподаватель дает общую оценку выступлению, в котором указывает на его достоинства и недостатки и ставит оценку студенту за выступление.

Выступления оцениваются по следующим критериям:

- по степени соответствия содержания теме доклада;
- по полноте охвата и глубине знания предмета;
- четкости и аргументированности ответа;
- по уровню изложения материала студентами.

Требования к устным докладам

К устным докладам студентов предъявляются следующие требования:

- объём доклада 2 - 3 страниц;
- время для доклада от 10 до 15 минут.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Реализация различных видов учебной работы (включая, использование библиотечных сайтов, электронной почты и т.п.) по данной дисциплине не требует установки специального лицензионного программного обеспечения в аудиториях и компьютерных классах ДГУ.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Реализация учебной дисциплины требует наличия типовой учебной аудитории с возможностью подключения технических средств (аудиовизуальных, компьютерных и телекоммуникационных). Оборудование учебной аудитории: экран, мультимедийный проектор, ноутбук.