

**Министерство культуры, информации, спорта и молодежной политики
Кыргызской Республики
Республиканский колледж культуры и искусства им. Насыра Давлесова**

СОГЛАСОВАНО

На заседании мет. совета РККиИ

Протокол “1” от “08” 09 2023 г.

Председатель _____

Неевина Е.А.

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной части

_____ 2023 г.

Асанкулова Б.С.

СИЛЛАБУС

Осень 2023

Библиотечная реклама и дизайн

3 курс

| | | | | | | | |
|--|-------------------------------|---------------------|----------------------------------|---------------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Специальность | Библиотековедение | | | | | | |
| Название дисциплины | Библиотечная реклама и дизайн | | | | | | |
| Объем дисциплины в часах | Аудиторные | | | | | Всего в часах | Всего в кредитах |
| | лекция - урок | практические | курсовые проекты и работы | лабораторных | СРС | | |
| | | | | | | 20 | 8 |
| Полугодие обучения | Осень 2023 | | | | | | |
| Пререквизит (дисциплины до изучения этого предмета) | Библиотечный маркетинг | | | | | | |
| Постреквизит (дисциплины после изучения этого предмета) | - | | | | | | |
| Преподаватель | ФИО | Ашурова Р.Р. | | | | | |
| | Тел.: | 0708171308 | | | | | |

Токмок 2023 г.

I. Характеристика учебной дисциплины

Рабочая программа «Библиотечная реклама и дизайн» является частью профессиональной подготовки специалистов среднего звена. Дает представление о современной библиотеке, знакомит студентов со спецификой библиотечной рекламы и дизайна.

Рабочая программа разработана на основе «Положения РККИ по разработке рабочих программ», ГОС СПО 071202 по специальности «Библиотековедение».

Ссылка: <http://rkki.kg/pdf/Polozgenie-po-sostaveniyu-rab.prog.pdf>

1. Цель изучения дисциплины:

- способствовать формированию у студентов всесторонних знаний, практических навыков решения конкретных задач в области организации рекламной деятельности библиотечного дизайна;
- способствовать формированию представления о современном дизайне, видах и типах рекламы.

2. Задачи изучения дисциплины:

- формирование престижного образа (имиджа) библиотеки в сознании населения, спонсоров, представителей местных органов власти и управления, общественных организаций и т.д.;
- информирование о новых библиографических услугах, введенных библиотекой, ее информационно-библиографическими подразделениями;
- сохранение популярных существующих библиографических услуг, убеждение пользователей не забывать о широких возможностях информационно-библиографических подразделений и обращаться в них;
- воздействие на потребителя информации с целью его ориентации на приобретение рекламируемого товара; информирование о новых услугах, ресурсах и продукции библиотеки;
- акцентирование внимания официальных пользователей на специфических

особенностях предлагаемых библиотечных ресурсов, продуктов, услуг.

3. Результаты обучения по дисциплине:

РО-1:

- современное состояние и перспективы развития рекламной деятельности;
- стратегию и тактику, методики и технические организации рекламной деятельности и уметь использовать их в профессиональной деятельности;
- средства современного дизайна.

РО-2:

- составлять рекламные сообщения, организовывать рекламные акции, оценивать их эффективность.

РО-3:

- сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

РО программы:

РО - 4 В информационной деятельности умеет использовать коммуникативные и информационные технологии в профессиональной деятельности.

Выпускник по специальности 071202 “Библиотековедение” в соответствии с целями ОПОП и задачам профессиональной деятельности, указанными в ГОС СПО, должен обладать следующими компетенциями:

Общими:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационные-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Профессиональными:

Технологическая деятельность:

ПК 1.4 Обслуживать пользователей библиотеки, в том числе с помощью информационно – коммуникационных технологий.

ПК 3.2. Обеспечивать дифференцированное библиотечное обслуживание пользователей библиотеки.

Культурно-досуговая деятельность:

ПК 3.1. Создавать условия для реализации творческих возможностей пользователей, повышать их образовательный, профессиональный уровень информационной культуры.

В результате освоения дисциплины студент:

1. **должен знать:** - элементы фирменного стиля; - специфику визуального языка рекламы: особенности композиции, цвета, формы; - соотношение иллюстрации и текста в рекламе; - методы кодирования в рекламе; - выразительные особенности различных носителей рекламы.

2. **должен уметь:** - формировать рекламное обращение на основе соотнесения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней; - создавать оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий.

3. **должен владеть:** Навыками творческого обобщения полученных знаний, для воплощения их в работе над дизайн-проектом, используя оптимальные методы кодирования информационной, эмоциональной и экспрессивной составляющих рекламы.

II. Тематический план и содержание учебной дисциплины

| № | Наименование разделов и тем | Кол. часов | |
|------------------|---|------------|----------|
| | | теор | практ |
| 5 семестр | | | |
| 1 | Введение. Реклама в библиотеке | 2 | |
| 2 | Особенности библиотечной рекламы | 2 | |
| 3 | Имидж библиотеки | 2 | |
| 4 | Фирменный стиль библиотеки | 2 | |
| 5 | ПР деятельность библиотеки | 2 | |
| 6 | Рекламная кампания библиотеки. Взгляд в будущее: библиотечная пресса | | 2 |
| 7 | Реклама библиотеки на радио | 2 | |
| 8 | Реклама библиотеки на телевидении | 2 | |
| 9 | Библиотечный дизайн | 2 | |
| 10 | Библиотечные выставки и ярмарки | | 2 |
| 11 | Компьютеризованная реклама библиотеки | | 2 |
| 12 | Дизайн и интерьер библиотеки | 2 | |
| 13 | Дизайн и интерьер библиотеки: понятие, особенности | 2 | |
| 14 | Организация пространства в интерьере библиотеки | | 2 |
| | Итого: 28 | 20 | 8 |

Курсовые проекты и работы

| № | Наименование тем | Кол. часов |
|---|------------------------------|------------|
| 1 | Библиотечный дизайн | 1 |
| 2 | Дизайн и интерьер библиотеки | 1 |
| | Итого: 4 | 2 |

III. Литература:

Основные источники:

1. Безносова О.В. Реклама в библиотеке.-М: СПб:Профессия.2014с.-256с. (Эл. ресурс)
2. Библиотечный дизайн: учебно-методический комплекс. – Челябинск. – 2008. – 44 с.

3. Горев А.В. интерьер и оборудование библиотек// Справочник библиотекаря. – 4-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Профессия. 2010. –с-640.
4. Борисова О.О. Рекламная компания библиотек// Библиография. – 2001 г., №6. – - С.-56-64. (Эл. ресурс).

IV. Критерии оценки знаний

Деятельность студента в течении семестра оценивается следующим образом:

| | | |
|----------------------------|-------------------|---------------|
| Посещаемость и активность | - 20 баллов | (30 %) |
| СРС | - 20 баллов | (20 %) |
| Курсовая работа | - 20 баллов | (20 %) |
| Модуль | - 20 баллов | (20 %) |
| Итоговый экзамен или зачет | - 20 баллов | (20 %) |
| Итого: | 100 баллов | (100%) |

V. Шкала оценки знаний:

| Кредитная система оценок | | | Пятибалльная система оценок | |
|--------------------------|------------------|------|-----------------------------|--|
| 100 бальная система | Буквенная оценка | Балл | Пятибалльная Оценка | Уровень успеваемости |
| 90-100 | AA | 4.0. | 5 | «Отлично» - отличный результат с минимальными ошибками |
| 85-89 | BA | 3.5 | 4 | «Очень хорошо» - вышесредний результат с некоторыми ошибками |
| 80-84 | BB | 3.0 | | |
| 75-79 | CB | 2.5. | 4 | «Хорошо» - средний результат с заметными ошибками |
| 65-74 | CC | 2.0. | | |
| 58-64 | DC | 1.5 | 3 | «Удовлетворительно» - слабый результат со значительными недостатками |
| 51-57 | DD | 1.0 | | |
| 50 | E | 0.5 | 3 | «Посредственно» - результат отвечает минимальным |

| | | | | |
|--|--|--|--|-------------|
| | | | | требованиям |
|--|--|--|--|-------------|

VI. Самостоятельная работа студентов

1. Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения учебного материала;
- умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- полнота общеучебных представлений, знаний и умений по изучаемой теме, к которой относится данная самостоятельная работа;
- обоснованность и четкость изложения ответа на поставленный по самостоятельной работе вопрос;
- оформление отчетного материала в соответствии с заданными преподавателем требованиями, предъявляемыми к подобного рода материалам.

2. Задания для СРС

| № | Наименование тем СРС | Кол. часов |
|------------------|--|------------|
| 5 семестр | | |
| 1 | Особенности библиотечной рекламы | 2 |
| 2 | Имидж библиотеки | 2 |
| 3 | ПР деятельность библиотеки | 2 |
| 4 | Рекламная кампания библиотеки. Взгляд в будущее: библиотечная пресса | 2 |
| 5 | Реклама библиотеки на телевидении | 2 |
| 6 | Библиотечный дизайн | 2 |
| 7 | Библиотечные выставки и ярмарки | 2 |
| 8 | Компьютеризованная реклама библиотеки | 2 |
| 9 | Дизайн и интерьер библиотеки: понятие, особенности | 2 |
| | Итого: 18 | 18 |

3. Модуль

Промежуточный модуль состоит на 10 неделе

Промежуточный модуль состоит из контрольных вопросов (прилагаются).

VII. Требования к академической успеваемости

Посещение обучающимися всех аудиторных занятий без опозданий является обязательным. В случае пропуска, занятия отрабатываются в порядке, установленном администрацией колледжа. Допускается максимально только 3 пропуска занятий. Опоздания на занятие более чем на 15 минут приравниваются одному пропуску. В случае более 3 пропусков, преподаватель имеет право в дальнейшем не допускать студента к занятиям до административного решения вопроса. Работы следует сдавать в указанные сроки. Крайний срок сдачи всех заданий за 3 дня до начала экзаменационной сессии. Студенты, не сдавшие все задания, не допускаются к экзамену.

Политика академического поведения и этики

1. Уважайте чужое мнение. Возражения формулируйте в корректной форме.
2. Самостоятельно выполняйте все семестровые (курсовые) задания.
3. Плагиат и другие формы нечестной работы недопустимы (копирование работы другого студента, отправка чужой работы, самоплагиат («переработка» вашей предыдущей работы, электронные переводы, услуги редактирования и др.).

Тест

По предмету «Библиотечная реклама и дизайн»

1. **Реклама – это:**
 - а) социально-психологическая установка;
 - б) эстетическое преобразование документа;
 - в) маркетинговая составляющая дизайна.

2. **Особенность библиотечной рекламы заключается в том, что это:**
 - а) информация о фондах библиотеки;
 - б) возможность удовлетворять информационные потребности различных групп;
 - в) все ответы верны.

3. **Фирменный стиль библиотеки – это:**
 - а) выставка;
 - б) плакат;
 - в) рекламный символ библиотеки.

4. **Для определения эффективности рекламной деятельности библиотеки существует:**
 - а) анкетирование о качестве и эффективности рекламного мероприятия;
 - б) опрос мнений о рекламном мероприятии;
 - в) опрос об имидже библиотеки.

5. **Рекламная деятельность включает следующее:**
 - а) определение бюджета на рекламу;
 - б) постановка задач на рекламной деятельности;
 - в) все ответы верны.

6. **К общим требованиям библиотечной рекламы относятся:**
 - а) популярность;
 - б) доступность восприятия;

в) все ответы верны.

7. В функции библиотечной рекламы входят:

- а) все ответы верны;
- б) формирование на ресурсы, продукцию и услуги библиотеки;
- в) популярности новых и усовершенствованных библиотечно-библиографических информационных услуг.

8. Рекламное обращение должно соответствовать следующим требованиям:

- а) раскрывать правила пользования услугой;
- б) предоставлять пользователям новую информацию;
- в) все ответы верны.

9. Основная цель библиотечной рекламы:

- а) повысить спрос на ее ресурсы и услуги;
- б) все ответы верны;
- в) повысить популярность библиотеки.

10. К средствам печатной рекламы относятся:

- а) каталоги;
- б) карточки;
- в) листовки.

11. Библиотечный дизайн – это:

- а) организация библиотечного пространства в целом;
- б) организация книжного магазина;
- в) организация киоска.

12. Факторами организации среды являются:

- а) каталоги;
- б) цветы, озеленение;
- в) библиографические пособия.

13. Виды декоративно-художественных элементов дизайна, применяемых в библиотеках:

- а) роспись, мозаика, фреска;
- б) картины;
- в) плакаты.

14. Важнейшие требования, предъявляемые к мебели и оборудованию в библиотеке:

- а) функциональные;
- б) гигиенические;
- в) эстетические.

15. Что входит в дизайн помещений обслуживания читателей:

- а) читальный зал;
- б) вестибюль;
- в) хранилище.

| Сфера деятельности | Аудиторные | | | | | СРС | Всего в часах | Всего в кредитах |
|---|------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------|----|-----|---------------|------------------|
| | лекция - урок | практические | курсовые проекты и работы | лабораторные | | | | |
| Подготовка обучающихся | 30 | 8 | 2 | - | 18 | | | |
| Пресс-служба (дисциплины до изучения этого предмета) | Библиотечная маркетинг | | | | | | | |
| Построение (дисциплины после изучения этого предмета) | | | | | | | | |
| Преподаватель | ФНО Тел: | Анурова Р.Р. 0798171308 | | | | | | |