

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал) ТюмГУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Шилов С.П.

« 28 »

2020 г.



МИФОЛОГИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ

Рабочая программа
для обучающихся по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Профили русский язык; литература
Форма обучения: очная

Проконова М.В. Мифологические стратегии в современном социуме. Рабочая программа для обучающихся по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), профили русский язык; литература, форма обучения очная. Тобольск, 2020.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Мифологические стратегии в современном социуме [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://tobolsk.utmn.ru/sveden/education/#>

© Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал) Тюменского государственного университета, 2020

© Проконова Майя Владимировна, 2020

1. Пояснительная записка

Учебная дисциплина «Мифологические стратегии в современном социуме» предназначена для формирования у обучающихся культурологических знаний и базовых компетенций в сфере научно-исследовательской деятельности обучающихся в рамках профессиональной деятельности учителя-предметника.

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся понимание места и функции мифа в общественном сознании и информационном пространстве XXI века, а также представление о роли мифа в разработке и реализации рекламных, политических и PR-технологий.

Задачи дисциплины:

- 1) сформировать у обучающихся представление о роли, месте, функциях мифа и архетипа в современном общественном сознании;
- 2) сформировать у обучающихся представление о включённости мифа в современное медиапространство;
- 3) обеспечить понимание обучающимися технологий манипулирования общественным сознанием и общественным мнением через мифологизацию социально-политических процессов, явлений современного мира, политических и медиаперсон;
- 4) сформировать навык восприятия и интерпретации современных мифов.

1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мифологические стратегии в современном социуме» входит в блок Б1. Дисциплины (модули), относится к дисциплинам (модулям) части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплинам по выбору.

Дисциплина «Мифологические стратегии в современном социуме» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплины «Устное народное творчество», «История русской литературы», «Зарубежная литература в школе», а также на знаниях, полученных обучающимися в общеобразовательной школе. Знания, полученные студентами в ходе изучения дисциплины, будут необходимы при подготовке к педагогической практике, научно-исследовательской работе (преддипломной практике), а также к государственной итоговой аттестации и в процессе ее.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения данной дисциплины (модуля)

Код и наименование компетенции (из ФГОС ВО)	Планируемые результаты обучения (знаниевые/функциональные)
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знает основные источники информации о культурных особенностях и традициях различных социальных и национальных групп в рамках профессионально-педагогической деятельности. Умеет находить и использовать информацию о культурных особенностях взаимодействия и традициях различных социальных и национальных групп для решения профессиональных педагогических задач
ПК-1 Способен осуществлять обучение учебному предмету на основе использования предметных методик с учетом возрастных и индивидуальных	Знает типы и формы уроков (или учебных занятий), требования к урокам, этапы их планирования, на основе современных теорий и стратегий обучения и воспитания с учетом гетерогенности групп, в рамках профессиональной деятельности учителя (согласно освоенному профилю)

особенностей обучающихся	(профилям) подготовки). Умеет планировать и проводить уроки (или учебные занятия) на основе современных теорий и стратегий обучения и воспитания с учетом гетерогенности групп, в рамках профессиональной деятельности учителя (согласно освоенному профилю (профилям) подготовки).
ПК-2 Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в учебном процессе	Знает основные электронные средства, применяемые для сопровождения образовательного процесса Умеет использовать электронные средства для сопровождения образовательного процесса по предмету (согласно освоенному профилю (профилям) подготовки)

2. Структура и объем дисциплины

Вид учебной работы	Всего часов	Модуль
		19
Общий объем	зач. ед. час.	5
		180
Из них:		
Часы аудиторной работы (всего)		64
Лекции		32
Практические занятия		32
Лабораторные / практические занятия по подгруппам		-
Часы внеаудиторной работы, включая самостоятельную работу обучающегося		116
Вид промежуточной аттестации		экзамен

3. Система оценивания

Оценивание осуществляется в рамках балльной системы, разработанной преподавателем и доведенной до сведения обучающихся на первом занятии

№	Виды оцениваемой работы	Количество баллов	
		Текущий контроль	Промежуточный контроль
1.	Посещение занятия	0-32	-
2.	Контрольная работа	0-20	-
3.	Творческая работа	0-7	
4.	Реферат	0-7	-
5.	Устный ответ	0-14	0-20

Промежуточная аттестация может быть выставлена с учетом совокупности баллов, полученных обучающимся в рамках текущего контроля.

Перевод баллов в оценки (экзамен)

№	Баллы	Оценки
1.	0-60	неудовлетворительно
2.	61-75	удовлетворительно

3.	76-90	хорошо
4.	91-100	отлично

4. Содержание дисциплины

4.1. Тематический план дисциплины

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Виды аудиторной работы (академические часы)			Иные виды контактной работы
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные/ практические занятия по подгруппам	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Миф и архетип в сознании современного человека	40	6	2		
2.	Миф, архетип и стереотип в современном медиапространстве	70	14	8		
3.	Миф и архетип в политических, рекламных и PR-технологиях	70	12	22		
Итого (часов)		180	32	32		

4.2. Содержание дисциплины по темам

4.2.1. Содержание лекций

№	Тема	Содержание
1	2	3
1.	Миф и архетип в сознании современного человека	Современная действительность как мифологизированное пространство. Влияние информационно-коммуникационных технологий, технологий виртуальной реальности и их ускоренного развития на восприятие реальности. Условный и симулятивный характер реальной действительности и культурное сознание современного человека. Включение искусственно создаваемых реальностей в пространство культуры как специфическая черта современного мира. Симулякры. Проблема демаркации границ реального и виртуального.
2.	Миф, архетип и стереотип в современном медиапространстве	Социальная мифология как феномен современной культуры. Процессы мифотворчества (запечатление социального бытия в виде мифов, построение

		<p>мифологических сюжетов) и мифологизации (придание социальной реальности мифологической образности) в современном социуме. Медиа среда как поле проявления основных характеристик социального мифа и важное звено в процессе воздействия социального мифа на жизнь общества. Создание в пространстве масс-медиа особой реальности, сравнимой с мифологической иллюзиями, стереотипами. Масс-медиа как средство включения мифа в повседневную жизнь и трансляции определенных ценностей. Распространенность мифов в повседневной жизни и медиасреде. Трансформация соотношения «сакральное/профанное» под влиянием развития коммуникационного пространства.</p> <p>Связь между социальной мифологией и идеологией. Сходство современной социальной мифологии и политической идеологии по механизму проникновения в общественное сознание. Уровни социальной мифологии: «архаический» и «конъюнктурный» («инструментальный»). Функционирование «глобальных» мифов. Архаичность содержания социальной мифологии. «Подражание» идеологии мифу с целью использования его потенциала в обслуживании конъюнктурных интересов. Мифы об исторических личностях и медиаперсонах в контексте социальных и политических мифов. Исторические мифы. Гендерные мифы и стереотипы.</p>
3.	Миф и архетип в политических, рекламных и PR-технологиях	<p>Реклама как продукт массовой культуры. Цели и задачи рекламы и PR-технологий, их функции в общественной жизни и управлении общественным сознанием, роль в формировании массового сознания современного общества. Обращение к архетипам как основа рекламной технологии. Возможности рекламы в создании новых архетипов, формирующих предпочтения современного человека. Специфика образной системы и художественного языка рекламных текстов. Мифопоэтический дискурс рекламы. Сюжеты инициационных мифов в рекламе. Гендерные стереотипы и мифы в рекламе. Архетипы тени, матери, мудрой женщины / мудрого старца, ребёнка в рекламе. Реактуализация архетипа трикстера. Архетип самости в рекламе. Актуализация в рекламных текстах оппозиций герой-антигерой, свой-чужой. Мифы в социальной рекламе. Мифы в политической рекламе.</p>

4.2.2. Планы практических занятий

Практическое занятие № 1 Миф и культурное сознание современного человека

1. Понятие о мифе. Функции мифа. Виды мифов.
2. Особенности культурного сознания современного человека. Мультикультурализм.

3. Современное медиапространство и технологии распространения мифологем и идеологем.
4. Функции мифа в современном мире.
5. Массовое сознание и виртуальная реальность.
6. Технологии формирования общественного мнения и управления массовым сознанием в современном мире.

Практическое занятие № 2 **Архетипы в современной масс-культуре**

1. Психоанализ и аналитическая психология: учение о бессознательном.
2. Коллективное бессознательное как источник образности в искусстве и рекламе.
3. Понятие об архетипе.
4. Основные архетипы, выделенные Юнгом, их универсальный характер применительно к личности и социуму.
5. Развитие понятия «архетип» в работах современных исследователей.
6. Архетип и стереотип в общественном сознании XXI века.
7. Архетипы в современном массовом кинематографе, массовой литературе, интернет-движениях.

Практическое занятие № 3 **Стереотипы в современной масс-культуре**

1. Стереотип как прочно сложившийся, постоянный образец, стандарт восприятия, оценки.
2. Виды стереотипов: социальный, политический, ментальный, поведенческий, культурный, этнокультурный, профессиональный, гендерный, речевой, коммуникативный.
3. Гетеростереотипы (образы «чужого») и автостереотипы.
4. Стереотипные суждения, их функции в управлении общественным мнением.
5. Стереотипы в лозунгах, рекламных слоганах, обрядовых формулах.

Практическое занятие № 4-5 **Социальный миф в жизни современного общества**

1. Социальные мифы как отражение мировоззренческих взглядов и основание для социальных действий людей, выражающее групповые, государственные или национальные интересы.
2. Функции социального мифа: функции адаптации и социализации, коммуникативная функция.
3. Информационно-коммуникационные технологии трансляции мифологических сообщений в современном обществе.
4. Мифотворчество и мифопроизводство. Стратегии мифопроизводства основных каналов массовой коммуникации, в том числе Интернета.
5. Социально-политические мифы и их виды: прогностические (о «светлом» будущем или прошлом) и объясняющие (мифы о происхождении общества, культуры и т.д.).
6. Миф и современная корпоративная культура.

Практическое занятие № 6-7 **Архетипы и мифологемы в рекламе**

1. Архетип как основная формообразующая модель рекламного дискурса.
2. Мифологема как первичная сюжетная схема, кросскультурная идея.

3. Архетипы тени, матери, мудрой женщины / мудрого старца, ребёнка в коммерческой и социальной рекламе.
4. Мифологические оппозиции мужское-женское, смерть-возрождение, далёкое-близкое, своё-чужое, тёплое-холодное и др. в коммерческой и социальной рекламе.
5. Мифологемы мост, дом, гора, земля, солнце, древо жизни в коммерческой и социальной рекламе.
6. Анализ популярных рекламных роликов и рекламных текстов с точки зрения включённости в них архетипов и мифологем.

Практическое занятие № 8 Миф и технологии брендинга

1. Брендинговая мифология и мифологизация средств потребления.
2. Мифы и архетипы в технологиях нейминга.
3. Мифологическое пространство бренда как чудесное, метафизическое, футурологическое: Категория чуда при формировании бренда и её функции: метафизичность, дистанцирование от обыденности, устремленность в будущее.
4. Анализ примеров популярных брендов.

Практическое занятие № 9 Массовое сознание и мифотворчество

1. Массовое сознание и его характеристики: эмоциональность, усредненность, инертность, упрощенность восприятием действительности.
2. Субъекты-носители массового сознания.
3. Мифосознание как форма общественного сознания и компонент структуры массового сознания.
4. Уровни массового сознания: коллективного-бессознательный, эмоционально-чувственный и смылосозидающий.
5. Национальная обусловленность процессов мифологизации.
6. Особенности протекания процесса мифологизации массового сознания в российском обществе.

Практическое занятие № 10-11 Современное массовое сознание и технологии мифотворчества

1. Потенциал мифа в его воздействии на массовое сознание.
2. Социальный миф как интерес определенных социальных групп, заинтересованных в создании определенного впечатления или отношения к событию или лицу.
3. Манипулятивность и идеологизированность как характеристики современного социального мифотворчества.
4. Социальный и идеологический миф. Концептуальность современных идеологических мифов.
5. Идеологический миф как элемент социальной реальности, равного по значению историческому событию.
6. Политический миф. Политические мифы и технологии манипулирования массовым сознанием.
7. Ремифологизация как управляемый процесс. Технологии ремифологизации.
8. Историко-культурное и социально-политическое направления ремифологизации современного российского общества

9. Технология сознательного формирования мифов на основе культурных архетипов. Сакрализация с помощью национальной символики используется для придания веса и мифологизации событий и личностей.
10. Деятельности новостных, общественно-политических и иных контент-служб по коррекции и мифологизации информации по важнейшим общественным событиям.

Практическое занятие № 12-13 **Миф и политические технологии**

1. Психологические, социальные и религиозные источники политической мифологии.
2. Мифы архаического общества и современные политические процессы.
3. Идеология и политические утопии.
4. Особенности политического мифа и его использование в политической конкуренции.
5. Политический миф в индивидуальном и массовом сознании.
6. Технология конструирования политических мифов.
7. Политический герой: персонификация мифологического образа.
8. Мифология партии и генезис партстроительства в современной России.
9. Политическая мифология в кризисном обществе.
10. Механизмы разрушения политического мифа.

Практическое занятие № 14-15 **Исторические и политические мифологемы**

1. Миф о русском народе в отечественной истории, культуре и литературе.
2. Идеал народной правды.
3. Идеал народной воли.
4. Идея мессианства. Современное состояние мифа.
5. Миф об идеальном правителе. Пётр I как мифологема. Сталин как мифологема.
6. Мифологизация образа врага. Оппозиция «своё-чужое» в политических мифах.
7. Мифологизация идеи противостояния «западных» и самобытных ценностей в российском культурном сознании.

Практическое занятие № 16 **Практикум: мифотворчество в современных рекламных и PR-технологиях**

Защита оригинальных видеороликов, рекламных и пиар-проектов, выполненных обучающимися с использованием мифологем и архетипов.

4.2.3. Образцы средств для проведения текущего контроля

1. Выполнение реферата по одной из тем:

- 1) Механизм воздействия мифов на развитие общества.
- 2) Мифологема героя в структуре социального мифа.
- 3) Миф и стереотип в пространстве повседневности.
- 4) Исторические мифы.
- 5) Образ вождя как фактор российского общественного сознания.
- 6) Мифотворчество в пространстве видеоигр.
- 7) Современные мифы в пространстве Интернета.
- 8) Мифы массовой культуры.
- 9) Миф в рекламном дискурсе.

- 10) Мифология социальных групп и корпоративных организаций.
 11) Стереотипные суждения и речевые клише как культурные барьеры.
 12) Национальные социокультурные стереотипы речевого общения.

2. Контрольные работы

Контрольная работа № 1: терминологический диктант:

Архетип, коллективное бессознательное, социальный миф, социальная мифология, идеология, стереотип, социальный стереотип, речевой стереотип, медиасреда, медиаперсона, коммуникационное пространство, повседневная жизнь, мифотворчество, мифопроизводство, мифологизация, демифологизация, ремифологизация, субъект мифа, сакральное и профанное.

Контрольная работа № 2: проанализировать медиапродукт современной масс-культуры (рекламный ролик, кинофильм, телесериал, комикс, компьютерную игру и пр.) с точки зрения отражения в нём архетипов и мифологических образов, сюжетов, соответствия цели создания продукта, соответствия / нарушения мифологической традиции.

3. Творческая работа: составьте видеоролик (презентацию в PowerPoint), содержащий рекламу товара (технологии, услуги, медиаперсоны и т.п. – по выбору) с использованием архетипов и мифологических образов.

5. Учебно-методическое обеспечение и планирование самостоятельной работы обучающихся

№	Темы	Формы СРС, включая требования к подготовке к занятиям
1	Миф и архетип в сознании современного человека	Контрольная работа №1.
2	Миф, архетип и стереотип в современном медиaprостранстве	<p>Выполнение реферата.</p> <p>Выполнение реферата предполагает осмысление студентом научных работ по теме, рассмотрение степени изученности заявленной проблемы с изложением наиболее значимых теорий, формулирование выводов.</p> <p>Тема выбирается студентом самостоятельно из предложенных преподавателем.</p> <p>Выполнение реферата включает в себя следующие этапы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) выбор темы, 2) подбор и систематизацию материалов научно-исследовательской литературы, 3) выделение важных моментов исследований по избранной теме, 4) самостоятельное осмысление конкретной литературоведческой проблемы, представленной в изученной литературе, 5) структурирование материала, 6) составление плана, 7) изложение материала в соответствии с пунктами плана и логикой развития мысли, 8) оформление работы. <p>При оценивании реферата учитывается объем изученных источников, полнота и глубина раскрытия темы.</p>
3	Миф и архетип в	1. Контрольная работа № 2.

политических, рекламных и PR-технологиях	2. Творческая работа.
--	-----------------------

6. Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю)

1.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Вопросы для экзамена

1. Миф как онтологический и эстетический феномен.
2. Функции мифа. Миф и ритуал.
3. Специфика мифологической картины мира.
4. Понятие мифологемы. Виды мифологем.
5. Понятия демифологизации и ремифологизации, роль этих процессов в развитии культуры.
6. Основные предпосылки актуализации мифа в литературе и культуре XX-XXI веков.
7. Понятие о коллективном бессознательном. Коллективное бессознательное в современной масс-культуре.
8. Понятие об архетипе. Архетип в аналитической психологии К. Юнга.
9. Понятие о стереотипе. Виды стереотипов.
10. Речевые стереотипы, их функции.
11. Гендерные и этнокультурные стереотипы в масс-культуре.
12. Социальный миф, его функции.
13. Миф в виртуальной реальности XXI века.
14. Миф и симулякр.
15. Архетипы в современной рекламе.
16. Архетипы и PR-технологии.
17. Стереотипы в современной рекламе.
18. Социальный миф и социальная реклама.
19. Социальный миф и политические технологии.
20. Миф и стереотип в формировании общественного мнения.

6.2 Критерии оценивания компетенций:

Карта критериев оценивания компетенций

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
1.	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах		Реферат	1.Знает базовые культурные ценности, культурные различия и культурные потребности различных этносов и социальных групп, а также источники информации о культурных особенностях. 2.Умеет находить и использовать информацию о культурных особенностях взаимодействия и традициях

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения	Оценочные материалы	Критерии оценивания
				различных социальных и национальных групп для решения профессиональных педагогических задач.
2.	ПК-1 Способен осуществлять обучение учебному предмету на основе использования предметных методик с учетом возрастных и индивидуальных особенностей обучающихся	Знает типы и формы уроков (или учебных занятий), требования к урокам, этапы их планирования, на основе современных теорий и стратегий обучения и воспитания с учетом гетерогенности групп, в рамках профессиональной деятельности учителя (согласно освоенному профилю (профилям) подготовки). Умеет планировать и проводить уроки (или учебные занятия) на основе современных теорий и стратегий обучения и воспитания с учетом гетерогенности групп, в рамках профессиональной деятельности учителя (согласно освоенному профилю (профилям) подготовки).	Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Экзаменационные вопросы	1. Знает значение и ценность мифа как культурного феномена и способа воздействия на общественное сознание. 2. Умеет выявлять и исследовать мифологический слой произведений искусства, публицистики, рекламных и PR-акций, использовать потенциал мифа в профессиональной деятельности учителя-предметника. 3. Владеет навыком самостоятельной разработки структуры, целей и содержания учебных занятий культурно-просветительских мероприятий на основе знаний мифов и архетипов.
3.	ПК-2 Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в учебном процессе	Знает основные электронные средства, применяемые для сопровождения образовательного процесса Умеет использовать электронные средства для сопровождения образовательного процесса по предмету (согласно освоенному профилю (профилям) подготовки)	Творческая работа	1. Знает основные информационно-коммуникационные технологии и электронные средства, в том числе программы, приложения, применяемые для поиска, систематизации и анализа научной информации и создания учебных ресурсов. 2. Умеет применять электронные средства для создания учебных ресурсов, в том числе для визуализации учебной информации согласно профилю подготовки.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература:

Никонова, С. Б. Эстетическая рациональность и новое мифологическое мышление / С. Б. Никонова. – М.: Согласие, 2012. – 416 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/42532.html>

7.2 Дополнительная литература:

1. Цельковский, А. А. Мифология и идеология. Роль рациональности в их взаимодействии: монография / А. А. Цельковский. – Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2014. – 181 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/55114.html>

2. Куляпин, А. И. Мифология советской повседневности в литературе и культуре сталинской эпохи: монография / А. И. Куляпин, О. А. Скубач; под редакцией И. В. Силантьев. – М.: Языки славянских культур, 2013. – 240 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/28625.html>

3. Воглер, К. Путешествие писателя: Мифологические структуры в литературе и кино / Воглер К. – М.: Альпина Пабли., 2016. – 476 с. – URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/917517>
<https://new.znaniyum.com/read?id=169783>

7.3. Интернет-ресурсы:

1. Иванов А.Г. Полякова И.П. Социальная мифология в пространстве повседневности и масс-медиа. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-mifologiya-v-prostranstve-povsednevnosti-i-mass-media>

2. Иванов А.Г. Социальная мифология в политике. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-mifologiya-v-politike>

3. Корниенко Т.А. Сущность и структура политического мифа. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-struktura-politicheskogo-mifa>

4. Кармалова Е.Ю. Мифопоэтический анализ рекламного дискурса. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mifopoeticheskiy-analiz-reklamnogo-diskursa>

5. Галанина Е.В., Батулин Д.А. Мифологический образ священного жертвоприношения в видеоиграх. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mifologicheskii-obraz-svyaschennogo-zhertvoprinosheniya-v-videoigrah>

6. Кошлякова М.О. Архетипическая символика в рекламной коммуникации. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhetipicheskaya-simvolika-v-reklamnoy-kommunikatsii>

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Знаниум - <https://new.znaniyum.com/>

Лань - <https://e.lanbook.com/>

IPR Books - <http://www.iprbookshop.ru/>

Elibrary - <https://www.elibrary.ru/>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) - <https://rusneb.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) - <https://icdlib.nspu.ru/>

«ИВИС» (БД периодических изданий) - <https://dlib.eastview.com/browse>

Электронная библиотека Тюмгу - <https://library.utmn.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю):

– Лицензионное ПО, в том числе отечественного производства:

Платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

Autodesk 3ds Max 2018, Autodesk AutoCAD 2018, Embarcadero RAD Studio 2010, MatLab R2009a, Microsoft Office 2003, Microsoft Office 2007, Microsoft Office 2010, Microsoft

Visual Studio 2012, Microsoft Visual Studio 2012 Expression, Microsoft Visual FoxPro 9.0, Microsoft SQL Server 2005, Windows, Dr. Web, Конструктор тестов 2.5 (Keepsoft), Adobe Design Premium CS4, ABBYY Lingvo x3 Многоязычная версия, ABBYY FineReader 10, PROMT Standard 7 ГИГАНТ

– **Свободно распространяемое ПО, в том числе отечественного производства:**

7-Zip, AdobeAcrobatReader, GIMP, ModelVisionStudium, GoogleChrome, MozillaFirefox, OpenOffice.org, UVScreenCamera, UVSoundRecorder, SMathStudioDesktop, Inkscape, MyTestX, WinVDIG, OracleVirtualBox, AdobeMediaPlayer, Kompozer, SunRav BookOffice.

9. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Мультимедийные учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа оснащены следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, мультимедийное проекционное и акустическое оборудование, персональный компьютер. На ПК установлено следующее программное обеспечение: Офисное ПО: операционная система MS Windows, офисный пакет MS Office, платформа MS Teams, офисный пакет LibreOffice, антивирусное ПО Dr. Web.

Обеспечено проводное подключение ПК к локальной сети и сети Интернет.

Мультимедийные учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа оснащены следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, мультимедийное проекционное и акустическое оборудование, персональный компьютер. На ПК установлено следующее программное обеспечение: Офисное ПО: операционная система MS Windows, офисный пакет MS Office, платформа MS Teams, офисный пакет LibreOffice, антивирусное ПО Dr. Web.

Обеспечено проводное подключение ПК к локальной сети и сети Интернет