

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
Социально-гуманитарный факультет  
\_\_\_\_\_ Цевелева И.В.  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Мастер-класс "Проектирование в рекламе"»**

|                                                    |                                                           |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Направление подготовки                             | <i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</i>         |
| Направленность (профиль) образовательной программы | <i>Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии</i> |

|                                          |
|------------------------------------------|
| Обеспечивающее подразделение             |
| <i>Кафедра «История и культурология»</i> |

Комсомольск-на-Амуре  
2023

Разработчик рабочей программы:

доцент, кандидат исторических наук

Аксёнов А.А. Аксёнов А.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой

Кафедра «История и культурология»

\_\_\_\_\_ Петрунина Ж.В.

## 1 Введение

Рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Мастер-класс "Проектирование в рекламе"» составлены в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Минобрнауки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Практическая подготовка реализуется на основе:

Профессиональный стандарт 06.009 «СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ».

Обобщенная трудовая функция: В Организация продвижения продукции СМИ.

НЗ-1 Основные принципы организации рекламной кампании, НЗ-2 Основы проектной деятельности.

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Задачи дисциплины                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Научить основам проектной деятельности в сфере рекламы и PR,</li> <li>- изучить существующие направления в рекламе и PR,</li> <li>- освоить методы и принципы проектирования основных видов рекламной и PR продукции,</li> <li>- развить профессиональные навыки моделирования и макетирования с использованием возможностей компьютерных технологий,</li> <li>- сформировать способность создавать проекты и научить студентов методам их реализации.</li> </ul> |
| Основные разделы / темы дисциплины | <p>Раздел 1. Общие вопросы проектной деятельности.</p> <p>Раздел 2. Управление проектом в рекламе.</p> <p>Раздел 3. Экспертная оценка в системе управления рекламным проектом.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

## 2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Мастер-класс "Проектирование в рекламе"» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой:

| Код и наименование компетенции                                                                                              | Индикаторы достижения                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Профессиональные</b>                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеет отдельными методами их реализации | <p>ПК-1.1 Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-1.2 Умеет самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Знать приемы и технологии разработки и осуществления рекламных проектов, особенности определения стратегии рекламной кампании.</li> <li>- Уметь определять рекламную стратегию, составлять смету рекламного проекта, рассчитывать эффективность рекламного проекта, определять стратегии рекламной кампании.</li> </ul> |

|  |                                                                                            |                                                                                                                                                                                                 |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | ПК-1.3 Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий | - Владеть навыками определения рекламной стратегии, навыками составления сметы рекламного проекта, расчета эффективности рекламного проекта, навыками определения стратегии рекламной кампании. |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мастер-класс "Проектирование в рекламе"» входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к базовой части.

Место дисциплины (этап формирования компетенции) отражено в схеме формирования компетенций, представленной в документе *Оценочные материалы, размещенном на сайте университета [www.knastu.ru](http://www.knastu.ru) / Наш университет / Образование / 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / Оценочные материалы.*

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, навыки и / или опыт практической деятельности, сформированные в процессе изучения дисциплин / практик: «Теория рекламы», «Теория связей с общественностью», «Технологии рекламы и связей с общественностью».

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Мастер-класс "Проектирование в рекламе"», будут востребованы при изучении последующих дисциплин: «Репутационный менеджмент», «Брендинг», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Презентация проектов в рекламе и связях с общественностью», «Мастер-класс "Проектирование в связях с общественностью"», «Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью», «Пресс-служба», «Медиапланирование», «Ивент-менеджмент», «Видео- и аудио производство коммуникационного продукта», «Производственная практика (профессионально-творческая практика), 6 семестр», «Производственная практика (профессионально-творческая практика), 8 семестр», «Производственная практика (преддипломная практика)».

Дисциплина «Мастер-класс "Проектирование в рекламе"» частично реализуется в форме практической подготовки.

Дисциплина «Мастер-класс "Проектирование в рекламе"» в рамках воспитательной работы направлена на формирование у обучающихся активной гражданской позиции, уважения к правам и свободам человека, знания правовых основ и законов, воспитание чувства ответственности или умения аргументировать, самостоятельно мыслить, развивает творчество, профессиональные умения или творчески развитой личности, системы осознанных знаний, ответственности за выполнение учебно-производственных заданий и т.д.

### 4 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

#### 4.1 Структура и содержание дисциплины для очной формы обучения

Дисциплина «Мастер-класс "Проектирование в рекламе"» изучается на 3 курсе, 5 семестре.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 з.е., 180 акад. час., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 52 ч., промежуточная аттестация в форме экзамена, самостоятельная работа обучающихся 93 ч.

| Наименование разделов, тем и содержание материала                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) |                                    |               | СРС |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------|-----|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Контактная работа преподавателя с обучающимися                                           |                                    |               |     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Лекции                                                                                   | Семинарские (практические занятия) | Пром. аттест. |     |
| <b>Раздел 1. Вопросы проектной деятельности.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                          |                                    |               |     |
| <b>Проект и его окружение. Подготовка проекта.</b> Концепция проекта; ее роль в создании системы управления, финансирования и ресурсообеспечения. Приемы и технологии разработки и осуществления рекламных проектов. Жизненный цикл проекта. Задачи подготовительной стадии. Основные принципы разработки проекта. Основные задачи стадии разработки целей проекта, определение количественных показателей. Определение рынков результатов проекта. Определение и составление графика деятельности по проекту. Определение срока экономической жизни проекта. Разработка организационной структуры проекта и подготовка предложений по механизму управления. Оценка затрат по проекту, оценка непредвиденных расходов. Подготовка финансового плана проекта. | 4                                                                                        | -                                  | -             | 8   |
| <b>Проект и его окружение. Подготовка проекта.</b> Подготовка рекламного проекта магазина «Теремок» (и других на выбор студентов). Определение срока экономической жизни данного проекта. Определение рекламной стратегии данного проекта. Составление сметы данного рекламного проекта.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -                                                                                        | 4*                                 | -             | 8   |
| <b>Раздел 2. Управление проектом в рекламе.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                          |                                    |               |     |
| <b>Управление производством рекламного продукта и управление рекламным процессом.</b> Производство рекламного продукта. Медиапланирование. Размещение рекламных сообщений. Реализация рекламной кампании. Задачи рекламного отдела СМИ. Работа с рекламоделателями и Рекламными агентствами. Цены на размещение рекламы. Рекламный отдел газеты, журнала, радио- и телекомпаний. Эффективность размещения рекламы в СМИ. Обложка и рекламная полоса в журнале, прайм-тайм в эфире, формирование рекламных блоков в телеэфире, спонсорство.                                                                                                                                                                                                                   | 4                                                                                        | -                                  | -             | 8   |

| Наименование разделов, тем и содержание материала                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) |                                    |               |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------|-----|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Контактная работа преподавателя с обучающимися                                           |                                    |               | СРС |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Лекции                                                                                   | Семинарские (практические занятия) | Пром. аттест. |     |
| <b>Управление производством рекламного продукта и управление рекламным процессом.</b> Размещение рекламных сообщений магазина (на выбор студента) в СМИ (на выбор студента). Характеристика цен на размещение рекламы в газетах, журналах, радио и телевидении. Расчет эффективности размещения рекламы магазина (на выбор студента) в СМИ. Определение стратегии данной рекламной кампании. | -                                                                                        | 4*                                 | -             | 8   |
| <b>Раздел 3. Экспертная оценка в системе управления рекламным проектом.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                          |                                    |               |     |
| <b>Техническая экспертиза рекламного проекта.</b> Задачи технической экспертизы; владение проектом, его ресурсами и применяемой технологией; масштаб (размер) проекта; месторасположение проекта; технологический пакет проекта; критерии и ограничения финансирования и издержек.                                                                                                           | 4                                                                                        | -                                  | -             | 8   |
| <b>Техническая экспертиза рекламного проекта.</b> Предоставление технической экспертизы рекламного проекта (на выбор студента).                                                                                                                                                                                                                                                              | -                                                                                        | 4*                                 | -             | 8   |
| <b>Финансовая экспертиза рекламного проекта.</b> Цели и типы финансовой экспертизы. Цены, используемые в финансовом анализе. Финансовое положение фирмы или базовой организации проекта. Финансовый анализ прибыли: определение затрат на проект и выгод для него. Подготовка плана финансирования проекта. Анализ возмещения издержек. Составление сметы рекламного проекта.                | 4                                                                                        | -                                  | -             | 8   |
| <b>Финансовая экспертиза рекламного проекта.</b> Подготовка плана финансирования рекламного проекта магазина «Посуда Центр» (или другого на выбор студента). Составление сметы расходов рекламного проекта магазина «Посуда Центр» (или другого на выбор студента).                                                                                                                          | -                                                                                        | 4*                                 | -             | 8   |
| <b>Анализ рисков в проектировании.</b> Стратегии минимизации риска при разработке проекта. Качественная (описательная) оценка риска. Методы количественной оценки риска; анализ чувствительности / анализ критических значений; метод сценариев. Управление проектными рисками                                                                                                               | 4                                                                                        | -                                  | -             | 8   |

| Наименование разделов, тем и содержание материала                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) |                                     |               |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|---------------|-----------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Контактная работа преподавателя с обучающимися                                           |                                     |               | СРС       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Лекции                                                                                   | Семинар-ские (практические занятия) | Пром. аттест. |           |
| <b>Анализ рисков в проектировании.</b> Определение и расчет процента рисков рекламного проекта (на выбор студента).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | -                                                                                        | 4*                                  | -             | 8         |
| <b>Функциональная эффективность рекламного проекта.</b> Критерии эффективности рекламы. Исследования эффективности рекламных сообщений. Превентивные тесты эффективности рекламного продукта. Относительность результатов исследования эффективности рекламы. Множественность факторов, влияющих на увеличение объема и продаж и поведение потребителей. Функциональная состоятельность рекламного продукта как критерий его эффективности. Подчинение изобразительно-выразительных средств рекламы маркетинговым задачам – как основа функциональной результативности рекламного продукта. | 4                                                                                        | -                                   | -             | 8         |
| <b>Функциональная эффективность рекламного проекта.</b> Разработка рекламного проекта (на выбор студента) и расчет его эффективности.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | -                                                                                        | 4*                                  | -             | 5         |
| <b>ИТОГО по дисциплине</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>24</b>                                                                                | <b>24</b>                           | -             | <b>93</b> |

\*- реализуется в форме практической подготовки

## 5 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обсуждаются и утверждаются на заседании кафедры. Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) хранится на кафедре-разработчике в бумажном или электронном виде, также фонды оценочных средств доступны студентам в личном кабинете – раздел учебно-методическое обеспечение.

## 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### 6.1 Основная и дополнительная литература

Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы представлен на сайте университета [www.knastu.ru](http://www.knastu.ru) / *Наш университет / Образование / 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / Рабочий учебный план / Реестр литературы.*

## **6.2 Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

### **Рекомендации по выполнению контрольной работы:**

Контрольная работа представляет собой форму самостоятельной работы студентов. Она способствует углубленному изучению теоретических разделов курса, позволяет творчески использовать приобретенные знания, совершенствовать навыки научного изложения своих мыслей с использованием профессиональной терминологии. Контрольная работа выполняется студентом самостоятельно. При планировании подготовки контрольной работы обучающийся должен представлять себе трудозатратность действий по поиску необходимого теоретического материала, его анализу и систематизации.

## **6.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Каждому обучающемуся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, с которыми у университета заключен договор.

Перечень рекомендуемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем представлен на сайте университета [www.knastu.ru](http://www.knastu.ru) / *Наш университет / Образование / 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / Рабочий учебный план / Реестр ЭБС.*

Актуальная информация по заключенным на текущий учебный год договорам приведена на странице Научно-технической библиотеки (НТБ) на сайте университета

**<https://knastu.ru/page/3244>**

## **6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

На странице НТБ можно воспользоваться интернет-ресурсами открытого доступа по укрупненной группе направлений и специальностей (УГНС) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью <https://knastu.ru/page/539>

## **7 Организационно-педагогические условия**

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) - русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

### **7.1 Образовательные технологии**

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

### **7.2 Занятия лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

### **7.3 Занятия семинарского типа**

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

#### **7.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

#### **7.5 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

## 8 Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

| Наименование аудитории (лаборатории)                                                                 | Используемое оборудование                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся с выходом в Интернет и доступом к ЭИОС университета | мультимедийный проектор BENQ MX518, доска интерактивная TRIUMPH BOARD 78", 11 компьютеров |
| Учебная аудитория для проведения учебных занятий                                                     | проектор мультимедийный BenQ MX514, экран, компьютер                                      |
| Учебная аудитория для проведения учебных занятий                                                     | 9 компьютеров                                                                             |

### 8.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства. Состав программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины, приведен на сайте университета [www.knastu.ru](http://www.knastu.ru) / *Наш университет* / *Образование* / *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* / *Рабочий учебный план* / *Реестр ПО*.

Актуальные на текущий учебный год реквизиты / условия использования программного обеспечения приведены на странице ИТ-управления на сайте университета:

<https://knastu.ru/page/1928>

### 8.2 Учебно-лабораторное оборудование

Не требуется.

### 8.3 Технические и электронные средства обучения

#### Лекционные занятия.

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия, тематические иллюстрации).

#### Практические занятия.

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

#### Самостоятельная работа.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде КнАГУ:

- зал электронной информации НТБ КнАГУ;
- компьютерные классы факультета.

## 9 Иные сведения

### **Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.