



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»**

INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Принято на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 26 января 2022 г. №6)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
26 января 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
**СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-
КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Интернет-маркетинг»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль) «Интернет-маркетинг»

Программу составил (а): Лукин А. С., кандидат технических наук

Рабочая программа дисциплины «Современные информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Интернет-маркетинг» и предназначена для обучающихся очно-заочной формы обучения.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы.....	5
5. Содержание дисциплины.....	6
6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к экзамену.....	9
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	12
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	12
11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.....	13
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	16

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Современные информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» – формирование у обучающихся системного подхода к использованию инструментария информационных и коммуникационных технологий и навыков использования на практике возможностей информационных и коммуникационных технологий при выполнении профессиональных обязанностей.

Задачи дисциплины:

- формирование у обучающихся знаний о развитии информационно-коммуникационных технологий, используемых для реализации рекламных и PR-продуктов;
- формирование умений использования информационно-коммуникационных технологий в процессе сбора, обработки и передачи информации, рекламного и PR-контента;
- формирование навыков владения современными информационными и коммуникационными технологиями для решения профессиональных задач с учетом их принципов работы.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью» входит в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Интернет-маркетинг».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, всего – 144 часа.

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа с преподавателем (всего)	10
В том числе:	
Занятия лекционного типа	6
Занятия семинарского типа (практические занятия)	4
Самостоятельная работа (всего)	107
Контроль	27
Форма контроля	Экзамен
Общая трудоёмкость дисциплины	144

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК 6.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности. ИОПК 6.2. Выбирает и использует для решения профессиональных задач соответствующие им информационные технологии с учетом их принципов работы.</p>	<p>Знать: основы и принципы работы современных информационных технологий. Уметь: выбирать современные информационные технологии для решения профессиональных задач. Владеть: навыками использования информационных технологий для решения профессиональных задач с учетом их принципов работы.</p>

5. Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
<p>Тема 1. Основы информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>Цели и задачи информационно-коммуникационных технологий в рекламе. Цели и задачи информационно-коммуникационных технологий в PR. Тенденции развития информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Развитие информационных технологий в России. Функции информационно-коммуникационных технологий в рекламе. Функции информационно-коммуникационных технологий в PR.</p> <p>Представление об информационно-коммуникационных технологиях в маркетинге. Функции рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Целевая аудитория рекламы и связей с общественностью. Понятие целевой аудитории и ее потребностей. Изменения потребностей и запросов целевой аудитории.</p> <p>Сущность информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Особенности создания и распространения XR-контента. История возникновения, особенности создания и распространения MR-контента. Понятие и история возникновения AR-контента. Особенности создания и распространения AR-контента. Понятие и история возникновения VR-контента. Особенности создания и распространения VR-контента</p> <p>Иммерсивные форматы как новая тенденция рекламного и PR-контента.</p>
<p>Тема 2. Программное обеспечение для реализации рекламного и PR-контента</p>	<p>Особенности создания текстового контента. Возможности программного обеспечения для реализации текстового рекламного и PR-контента.</p> <p>Особенности создания графического контента. Возможности программного обеспечения для реализации графического рекламного и PR-контента.</p> <p>Особенности создания аудиовизуального контента. Возможности программного обеспечения для реализации аудиовизуального рекламного и PR-контента.</p> <p>Современный инструментарий онлайн-платформ. Использование современного инструментария онлайн-платформ в процессе создания рекламного и PR-контента</p> <p>Особенности создания онлайн-опроса в Google формах. Особенности создания онлайн-опроса в Яндекс формах. Возможности Яндекс-форм в рекламных и PR-целях. Возможности гугл-форм в рекламных и PR-целях. Специфика работы в Яндекс и Гугл-формах.</p> <p>Онлайн-тесты, -квизы – ИКТ для вовлечения целевой аудитории.</p>
<p>Тема 3. Эффективные современные инструменты информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>Современные трендовые информационно-коммуникационные инструменты.</p> <p>Специфика хайп контент-маркетинга. Способы создания и вариации хайпового контента.</p> <p>Мем как современный коммуникативный инструмент. Особенности использования мема в различных рекламных и PR-проектах. Специфика воздействия мема на аудиторию. Интеграция</p>

	<p>тема в рекламу и PR.</p> <p>Технологии кодирования и декодирования рекламной и PR-информации. Новейшие технологии кодирования информации рекламной и PR-направленности</p> <p>Технологические ИКТ-инструменты интернет-маркетолога Информационно-коммуникационная нагрузка QR-кодов. Особенности использования QR-кодов в рекламе. Особенности использования QR-кодов в связях с общественностью. Особенности использования QR-кодов в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>Особенности изменения потребления информации с появлением ИКТ.</p>
--	---

6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Практические занятия		
1.	Основы информационно-коммуникационных технологий	2	-	30	32
2.	Программное обеспечение для реализации рекламного и PR-контента	2	2	40	44
3.	Эффективные современные инструменты информационно-коммуникационных технологий	2	2	37	41
Контроль:					27
ИТОГО:		6	4	107	144

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа является одним из основных видов учебной деятельности, составной частью учебного процесса и имеет своей целью: глубокое усвоение материала дисциплины, совершенствование и закрепление навыков самостоятельной работы с литературой, рекомендованной преподавателем, умение найти нужный материал и самостоятельно его использовать, воспитание высокой творческой активности, инициативы, привычки к постоянному совершенствованию своих знаний, к целеустремленному научному поиску.

Контроль самостоятельной работы, является важной составляющей текущего контроля успеваемости, осуществляется преподавателем во время занятий лекционного и семинарского типов и обеспечивает оценивание хода освоения изучаемой дисциплины.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Современные рекламные и PR-тенденции информационно-коммуникационных технологий.
2. История возникновения, особенности создания и распространения MR-, AR-, VR-контента.
3. Современный инструментарий онлайн-платформ и его использования в процессе создания рекламного и PR-контента.
4. Специфика работы в Яндекс и Гугл-формах.
5. Понятие «хайп контент-маркетинг»: определение, функции, специфика.
6. Способы создания и вариации хайпового контента.
7. Информационно-коммуникационная нагрузка QR-кодов.
8. Особенности использования QR-кодов в рекламе и связях с общественностью.

Примерные темы рефератов (докладов)

1. Технологии AR/MR/VR как рекламные форматы: определение и история развития.
2. Технологии AR/MR/VR как рекламные форматы: устройства, платформы для создания.
3. Технологии AR/MR/VR: направления развития в рекламе.
4. Технологии AR/MR/VR как рекламные форматы: актуальность технологий.
5. Место технологий в жизни потребителей.
6. Социальные сети: маски и AR-эффекты.
7. Возможности площадок в рамках рекламного продвижения.
8. Использование традиционных медиа: ТВ, печатные СМИ, ООИ, digital.
9. AR-упаковки как рекламный формат.
10. AR-технологии при совершении покупок.
11. VR-аттракционы, VR-стенды.
12. Специфика проведения опроса общественного мнения при помощи программного обеспечения.
13. Специфика выбора программного обеспечения для создания визуальной рекламы.
14. Специфика выбора программного обеспечения для создания аудиальной рекламы.
15. Специфика выбора программного обеспечения для создания аудиовизуальной рекламы.
16. Мем как современный коммуникативный инструмент.
17. «Хайп контент-маркетинг»: определение, функции, специфика.
18. Тренды инфлюенс-маркетинга и основы работы с блогерами.
19. Использование вирусного PR и хайпа (навязчивой рекламы) в коллаборации брендов.

Распределение самостоятельной работы

Виды, формы и объемы самостоятельной работы студентов при изучении данной дисциплины определяются ее содержанием и отражены в следующей таблице:

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем самостоятельной работы	
			очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
1	Основы информационно-коммуникационных технологий	подготовка к аудиторным занятиям, подготовка рефератов, докладов	20	30
2	Программное обеспечение для реализации рекламного и PR-контента	подготовка к аудиторным занятиям, подготовка рефератов, докладов	21	40
3	Эффективные современные инструменты информационно-коммуникационных технологий	подготовка к аудиторным занятиям, подготовка рефератов, докладов	20	37
ИТОГО			61	107

8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к экзамену

8.1. Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Цели и задачи информационно-коммуникационных технологий в рекламе.
2. Цели и задачи информационно-коммуникационных технологий в PR.
3. Тенденции развития информационно-коммуникационных технологий.
4. Развитие информационных технологий в России.
5. Функции информационно-коммуникационных технологий в рекламе.
6. Функции информационно-коммуникационных технологий в PR.
7. Представление об информационно-коммуникационных технологиях в маркетинге.
8. Функции рекламы и связей с общественностью.
9. Целевая аудитория рекламы и связей с общественностью.
10. Понятие целевой аудитории и ее потребностей.
11. Изменения потребностей и запросов целевой аудитории.
12. Сущность информационно-коммуникационных технологий.
13. Особенности создания и распространения XR-контента.
14. История возникновения, особенности создания и распространения MR-контента.
15. Понятие и история возникновения AR-контента.
16. Особенности создания и распространения AR-контента.
17. Понятие и история возникновения VR-контента.
18. Особенности создания и распространения VR-контента
19. Иммерсивные форматы как новая тенденция рекламного и PR-контента.
20. Особенности создания текстового контента.
21. Возможности программного обеспечения для реализации текстового рекламного и PR-контента.
22. Особенности создания графического контента.
23. Возможности программного обеспечения для реализации графического рекламного и PR-контента.
24. Особенности создания аудиовизуального контента.

25. Возможности программного обеспечения для реализации аудиовизуального рекламного и PR-контента.
26. Современный инструментарий онлайн-платформ.
27. Использование современного инструментария онлайн-платформ в процессе создания рекламного и PR-контента
28. Особенности создания онлайн-опроса в Google формах.
29. Особенности создания онлайн-опроса в Яндекс формах.
30. Возможности Яндекс-форм в рекламных и PR-целях.
31. Возможности гугл-форм в рекламных и PR-целях.
32. Специфика работы в Яндекс и Гугл-формах.
33. Онлайн-тесты, -квизы – ИКТ для вовлечения целевой аудитории.
34. Современные трендовые информационно-коммуникационные инструменты.
35. Специфика хайп контент-маркетинга.
36. Способы создания и вариации хайпового контента.
37. Мем как современный коммуникативный инструмент.
38. Особенности использования мема в различных рекламных и PR-проектах.
39. Специфика воздействия мема на аудиторию.
40. Интеграция мема в рекламу и PR.
41. Технологии кодирования и декодирования рекламной и PR-информации.
42. Новейшие технологии кодирования информации рекламной и PR-направленности
43. Технологические ИКТ-инструменты интернет-маркетолога
44. Информационно-коммуникационная нагрузка QR-кодов.
45. Особенности использования QR-кодов в рекламе.
46. Особенности использования QR-кодов в связях с общественностью.
47. Особенности использования QR-кодов в рекламе и связях с общественностью.
48. Особенности изменения потребления информации с появлением ИКТ.

8.2. Типовые задания для оценки знаний

1. Особенность мультимедийных продуктов:
 - а) наличие графических изображений;
 - б) возможность интерактивного взаимодействия;
 - в) наличие числовых выражений.

2. Особенность технологии-мультимедиа:
 - а) одновременная работа со звуком, анимацией, видео, статичными объектами;
 - б) возможность обработки графических изображений;
 - в) возможность обработки графики и текста.

3. В рабочем окне программы PowerPoint нет элемента:
 - а) область задач;
 - б) строка панель;
 - в) область рабочего слайда.

8.3. Типовое задание для оценки умений

Задание 1.

Придумайте и создайте средствами графического редактора Paint логотип компании. Логотип является важнейшим атрибутом любого современного учреждения или компании. Он изображается на всем, что имеет отношение к имиджу учреждения: форменной одежде, визитных карточках, рекламной продукции, канцелярии и др. Созданный логотип

сохраните в формате jpg.

Задание 2.

Средствами сервиса Google создайте опрос, позволяющий узнать больше о целевой аудитории и эффективности рекламы продвигаемого вами проекта. В результате опроса должны быть достигнуты следующие цели:

- знакомство с целевой аудиторией;
- оценивание спроса;
- заинтересовать аудиторию и узнать ее лучше;
- оценка эффективности рекламы.

8.4. Типовое задание для оценки навыков

Задание 1.

Создайте изображение с различными эффектами в Фотошоп онлайн – фоторедактор 2023 (<https://online-fotoshop.ru/>). Требуется восстановить реалистичность пейзажа, на котором из-за дефектов пленки или неправильности сканирования практически отсутствует изображение неба (Рис. 1). Решение проблемы состоит в том, чтобы создать составную фотографию (Рис. 3), используя имеющееся изображение неба (Рис.2) (*время выполнения - 15 минут*)



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

Задание 2.

Создайте изображение с различными эффектами в Фотошоп онлайн – фоторедактор

2023 (<https://online-fotoshop.ru/>). Эффект скорости. Требуется создать имитацию автомобиля, движущегося на большой скорости. (время выполнения - 15 минут)

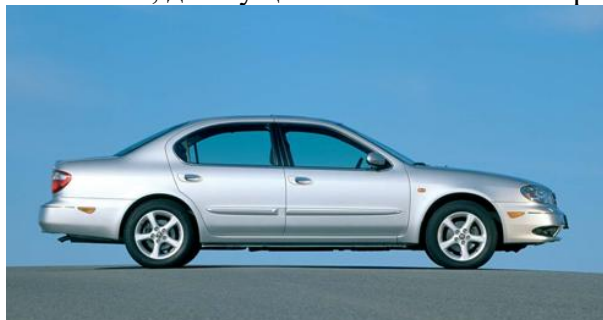


Рис. 4. Исходное изображение



Рис. 5. Эффект скорости

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

9.1. Основная литература

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 462 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-12811-6. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/496326>.

2. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 444 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07447-5. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/489534>.

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 159 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04084-5. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/492732>.

4. Основы рекламы и связей с общественностью: учебное пособие для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова; под редакцией М. М. Васильевой. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 286 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15699-7. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/509469>.

9.2. Дополнительная литература

1. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”): учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 260 с. – ISBN 978-5-394-02257-9. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124>.

2. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии: учебник для вузов / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 383 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00814-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/449779>.

3. Советов, Б. Я. Информационные технологии: учебник для вузов / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 327 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00048-1. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/449939>.

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

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.

Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены занятиями семинарского и лекционного типа. 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.

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.

Занятия семинарского типа

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

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

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

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

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

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

Самостоятельная работа обучающихся

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 образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

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.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

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;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

Рекомендации по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования инвалидами и лицами с ОВЗ.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ, 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. № 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 производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиа материалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения инвалидов и лиц с ОВЗ.

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

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для инвалидов и лиц 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 и лицам с ОВЗ 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 и лиц с ОВЗ процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

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

Учебная аудитория «Кабинет информационно-коммуникационных технологий», предназначенная для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей рабочей программой дисциплины, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, в состав которых входят: комплекты специализированной учебной мебели, доска классная, мультимедийный проектор, экран, компьютер преподавателя и компьютеры для работы обучающихся с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся – аудитория, оснащенная следующим оборудованием и техническими средствами: специализированная мебель для преподавателя и обучающихся, доска учебная, мультимедийный проектор, экран, звуковые колонки, компьютер (ноутбук), персональные компьютеры для работы обучающихся с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.