

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет имени
Н.А. Добролюбова»



Разработка и реализация коммуникационной стратегии (наименование дисциплины)

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой рекламы, связей с общественностью и туризма

Учебный план

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

Квалификация **магистр**
Форма обучения **очно-заочная**
Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 40
самостоятельная работа 104

Виды контроля в семестрах (на курсах):

Зачет с оц. 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (Курс для заочной формы обучения)		Итого	
Неделя (для очной формы обучения)			
Вид занятий	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Лекции	14	14	6	6	14		20	20
Практические (в том числе интеракт.)	6	6	8	8	6		14	14
Семинарские (в том числе интеракт.)	4	4	2	2	4		6	14
Итого ауд.	24	24	16	16	24		40	40
Часы на контроль								
Контактная работа								
Самостоятельная работа	60	60	44	44	60		104	104
Итого	84	84	60	60	84		144	144

Программу составил(и):
к.ф.н., доцент Архангельская И.Б.

Рецензент(ы):
к.ф.н., доцент Ротанова М.Б.

Рабочая программа дисциплины
Разработка и реализация коммуникационной стратегии

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528.

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

утвержденного Учёным советом вуза от 16.06.2022г., протокол №13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма

Протокол от 10.06.2022 г. № 13

Срок действия программы: 2022-2023 уч.г.

Зав. кафедрой кан.филос.наук, доцент Ротанова М.Б.
(уч. степень, уч. звание, Ф.И.О)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Цель освоения дисциплины: формирование у студентов представления о теоретических подходах и практических технологиях создания контента, способах их продвижения в различных медиаканалах и средах.
1.2	Задачи освоения дисциплины: Сформировать представление о понятиях «информация», «СМИ», «СМК», «контент».
1.3	Значить и различать понятия «общественность» и «аудитория»
1.4	Изучить особенности создания контента в печатных и электронных СМИ (телевидении и радио), в онлайн-медиа и социальных сетях. Уметь создать контент для всех видов медиа.
1.5.	Освоить технологии продвижения контента в традиционных и новых медиа.
1.6.	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП: <i>Б1.Б.М4</i>	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	... Коммуникационный менеджмент
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
	<ul style="list-style-type: none"> Производственная практика (профессионально-творческая практика)
2.2.1	<ul style="list-style-type: none"> ... Разработка и реализация коммуникационной стратегии
2.2.2	<ul style="list-style-type: none"> Методы визуальных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью
2.2.3	<ul style="list-style-type: none"> Лоббирование и технологии GR
2.2.4	<ul style="list-style-type: none"> Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью
2.2.5	<ul style="list-style-type: none"> Управление коммуникационными проектами
2.2.6	<ul style="list-style-type: none"> Производственная практика (профессионально-творческая практика)
2.2.7	<ul style="list-style-type: none"> Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<i>Указать шифр компетенции и ее расшифровку из ФГОС ВО (для ФГОС ВО 3++ дополнительно указать шифр индикатора достижения компетенций и его расшифровку)</i>	
Знать:	
Уровень Пороговый	Иметь общее представление о том, что такое информация, медиатекст, медиапродукт, медиаконтент, медиасфера, аудитория, информационный контент. Различать понятия «СМИ» и «СМК». (ОПК-4).
Уровень Высокий	Иметь четкое понимание, что такое информация, медиатекст, медиапродукт, медиаконтент, медиасфера, аудитория, информационный контент. Хорошо ориентироваться в видах медиаконтента и медиапродуктах, аудитория. Знать различия между понятиями «СМИ» и «СМК» и их специфике. (ОПК-4).
Уровень Повышенный	Иметь глубокие знания о том, информация, медиатекст, медиапродукт, медиаконтент, медиасфера, аудитория. информационный контент. Хорошо ориентироваться в видах медиаконтента и медиапродуктах. Знать различия между СМИ и СМК, их специфике и особенностях функционирования в современном обществе. (ОПК-4).
Уметь:	
Уровень Пороговый	На базовом уровне определять интересы аудитории для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты (ОПК-4).
Уровень Высокий	На хорошем уровне определять интересы аудитории для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты (ОПК-4).
Уровень	На очень высоком уровне определять потребности общества и интересы аудитории в целях

Повышенн ый	прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты (ОПК-4):
Владеть:	
Уровень Пороговый	На базовом уровне владеть навыками интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. ОПК-4.1.
Уровень Высокий	На хорошем уровне владеть навыками интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. ОПК-4.1.
Уровень Повышенн ый	На очень высоком уровне владеть навыками интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. ОПК-4.1.
<i>Указать шифр компетенции и ее расшифровку из ФГОС ВО (для ФГОС ВО 3++ дополнительно указать шифр индикатора достижения компетенций и его расшифровку)</i>	
Знать:	
Уровень Пороговый	Имеет общее представление о том, что такое эффекты в медиасфере и принципы их оценки с точки зрения социальной ответственности. ОПК-7.
Уровень Высокий	Хорошо понимает, что такое эффекты в медиасфере, как они формируются и как их можно оценивать, следуя принципам социальной ответственности. ОПК-7.
Уровень Повышенн ый	На высоком уровне понимает, что такое эффекты в медиасфере, как они формируются и как их можно оценивать, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.
Уметь:	
Уровень Пороговый	Осуществлять на базовом уровне профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. ОПК-7.
Уровень Высокий	Грамотно и хорошо осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. ОПК-7.
Уровень Повышенн ый	Грамотно, на высоком уровне осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. ОПК-7.
Владеть:	
Уровень Пороговый	На базовом уровне владеть умением разработки и реализации коммуникационного продукта с учетом основ социальной ответственности. ОПК-7.
Уровень Высокий	На высоком уровне владеть умением разработки и реализации коммуникационного продукта с учетом принципов социальной ответственности. ОПК-7.
Уровень Повышенн ый	На очень высоком уровне владеть умением разработки и реализации коммуникационного продукта с учетом принципов социальной ответственности. ОПК-7.
<i>Указать шифр компетенции и ее расшифровку из ФГОС ВО (для ФГОС ВО 3++ дополнительно указать шифр индикатора достижения компетенций и его расшифровку)</i>	
Знать	
Уровень Пороговый	На базовом уровне современные методики для оценки качества проектов ПК4.
Уровень Высокий	На хорошем уровне современные методики для оценки качества проектов ПК4
Уровень Повышенн ый	На высоком уровне актуальные современные методики для оценки качества проектов ПК4
Уметь:	
Уровень Пороговый	На базовом уровне использовать современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки ПК-4
Уровень Высокий	На хорошем уровне использовать современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки. ПК-4
Уровень Повышенн ый	На высоком уровне использовать современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки. ПК-4
Владеть:	
Уровень Пороговый	На базовом уровне навыком оценки качества и эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки ПК-4.

Уровень Высокий	... На высоком уровне навыком оценки качества и эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки ПК-4.
Уровень Повышенн ый	На очень высоком уровне навыком оценки качества и эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки ПК-4.
Знать:	
Уровень Пороговый	На базовом уровне актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем. ПК6.
Уровень Высокий	На хорошем уровне актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем. ПК6
Уровень Повышенн ый	На высоком уровне актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем. ПК6
Уметь:	
Уровень Пороговый	Создавать базовые тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, а также разрабатывать несложные сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач. ПК-6
Уровень Высокий	Создавать тексты рекламы и связей с общественностью повышенной сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, а также разрабатывать сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач. ПК-6
Уровень Повышенн ый	Создавать тексты рекламы и связей с общественностью любой сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, а также разрабатывать концептуальные сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач. ПК-6
Уровень Пороговый	На базовом уровне навыком создания целевого репутационного образа организации/компании/ персоны на базовом уровне, а также выбора коммуникационном стратегии для эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями. ПК-6.
Уровень Высокий	... На высоком уровне навыком создания целевого репутационного образа организации/компании/ персоны на базовом уровне, а также выбора коммуникационном стратегии для эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями. ПК-6.
Уровень Повышенн ый	... На очень высоком уровне навыком создания целевого репутационного образа организации/компании/ персоны на базовом уровне, а также выбора коммуникационном стратегии для эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями. ПК-6.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Объем в часах	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Основные понятия курса...	1/1	16	ОПК-4; ОПК-7	Л1.1; Л2.1; Л1.1; Э1; Э2	
1.1	Лекция	1/1	4	ОПК-4; ОПК-7	Л1.1; Л2.1; Э2	
1.2	Семинар	1/1	2	ОПК-4; ОПК-7	Л1.1; Л2.1; Э2	
1.3.	практика	1/1				
	Самостоятельная работа	1/1	10	ОПК-4; ОПК-7	Л1.1; Л2.1; Э1, Э2	
2.	Раздел 2. Медiateкст и технологии его продвижения	1/1	20	ОПК-4; ОПК-7; ПК-4	Л1.1, Л1.3; Л1.4; Л2.1; Э1, Э2	
2.1	Лекции	1/1	4	ОПК-4; ПК-4:	Л1.1, Л1.3; Л1.4; Л2.1; Л2.3; Э1, Э2	
2.2	Семинар	1/1	2	ОПК-4; ПК-	Л1.1, Л1.3;	

				4:	Л1.4 Л2.1; Л2.3;Э1, Э2	
2.3.	практика	1/1	2	ОПК-4; ПК-4:	Л1.1, Л1.3; Л1.4; Л2.1; Л2.3; Э1, Э2	
2.4.	Самостоятельная работа	1/1	20	ОПК-4; ПК-4:	Л1.1, Л1.3; Л1.4; Л2.1; Э1, Э2	
3.	Раздел 3 Аудиоконтент, технологии его создания и продвижения		20	ОПК-7; ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.3 Л1.4; Э3	
3.1	Лекции	1/1	2	ОПК-7; ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.3 Л1.4; Э3	
3.2	Семинар	1/1	2	ОПК-7; ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.3 Л1.4; Э3	
3.3.	практика	1/1	2	ОПК-7; ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.3 Л1.4; Э3	
3.4	Самостоятельная работа	1/1	10	ОПК-7; ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.3 Л1.4; Э3	
4.	Раздел 4.Видеоконтент, его виды и технологии продвижения контента			ПК-4: ПК-6.	Л1.1; Л1.3 Л1.4; Э4, Э5.	
4.1	Лекция	1/1	4	ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.3 Л1.4; Э4, Э5	
4.2.	Семинар	2/1		ПК-4: ПК-6		
4.3.	практика	1/1	2	ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.3 Л1.4; Э4, Э5	
4.4.	Самостоятельная работа	2/1	10	ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.3 Л1.4; Э4, Э5	
5.	Раздел 5. Виды сетевого контента. Способы его продвижения.		2	ПК-4: ПК-6.	Л1.1; Л1.1; Л1.2 Л1.3 Л2.4; Э1.	
5.1	Лекция	2/1	2	ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.1; Л1.2 Л1.3 Л2.4; Э1	
5.2	Семинар	2/1		ПК-4: ПК-6		
5.3.	практика	2/1	4	ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.1; Л1.2 Л1.3 Л2.4; Э1	
5.4.	Самостоятельная работа	2/1	12	ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.1; Л1.2 Л1.3 Л2.4; Э1	
6.	Раздел 6. Специальные события как форма продвижения.	2/1		ОПК-4; ОПК-7; ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.1; Л1.2 Л1.3 Л2.5; Э1	
6.1	Лекция	2/1	2	ОПК-4; ОПК-7; ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.1; Л1.2 Л1.3 Л2.5; Э1	
6.2	Семинар	2/1				
6.3.	практика		4	ОПК-4; ОПК-7; ПК-4: ПК-6	Л1.1; Л1.1; Л1.2 Л1.3 Л2.5; Э1	
6.4	Самостоятельная работа	2/1	12		Л1.1; Л1.1; Л1.2 Л1.3 Л2.5; Э1	
7.	Раздел 7. Проектная деятельность при продвижении контента				Л1.3; Л1.4; Л2.1;Л2.5; Э1, Э3,Э4, Э5	
7.1	Лекция	2/1	2	ОПК-4; ОПК-	Л1.3; Л1.4;	

				7; ПК-4: ПК-6	Л2.1;Л2.5; Э1, Э3,Э4, Э5	
7.2.	Семинар					
7.3.	практика	2/1	4	ОПК-4; ОПК-7; ПК-4: ПК-6	Л1.3; Л1.4; Л2.1;Л2.5; Э1, Э3,Э4, Э5	
7.4.	Самостоятельная работа	2/1	20	ОПК-4; ОПК-7; ПК-4: ПК-6	Л1.3; Л1.4; Л2.1;Л2.5; Э1, Э3,Э4, Э5	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Контрольные вопросы к зачету (зачету с оценкой, экзамену):

1. Понятия «массовая коммуникация» и «массовая информация»: общее и различное
2. Отличие понятий «СМИ» и «СМК»
3. Основные характеристики массовой коммуникации
4. Виды массовой информации
5. Функции массмедиа
6. Понятия «общественность». Виды общественности.
7. Понятие «аудитория». Виды аудиторий.
8. Понятие «контент». Виды контента. Особенности информационного контента.
9. Современное состояние индустрии печатных СМИ.
10. Разработка концепции печатного СМИ.
11. Понятие «медiateкст». Виды медiateкстов.
12. Особенности создания аудиоконтента.
13. Виды аудиоспотов. Требования к созданию аудиоспота.
14. Виды визуального контента.
15. Виды телевизионного контента
16. Особенности продвижения телевизионного контента
17. Технологии продвижения контента.
18. Роль рекламы в продвижении контента.
19. Роль связей с общественностью в продвижении контента.
20. Вирусные технологии в продвижении контента.
21. Продвижение контента с помощью специальных мероприятий.
22. Виды специальных мероприятий
23. Ключевые коммуникативные стратегии в создании и продвижении контента.
24. Проблема выбора технологий при продвижении контента.
25. Выбор коммуникативной стратегии при продвижении контента.
26. Оценка эффективности деятельности по продвижению контента
27. Технологии создания контента в новых медиа
28. Продвижение контента в Сети
29. Проекты по продвижению контента: основные этапы и технологии.
30. Способы оценки эффективности проектов по продвижению.

5.2. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств представлен в Приложении 1

Тест

Найти правильный ответ из трех предложенных. Примеры вопросов:

Вопрос 1. В чем заключается основная цель средств массовой информации на современном этапе?

- а) основная цель СМИ на современном этапе - прагматическая: получать прибыль
- б) важнейшая задача изданий и программ заключается в идеологическом воспитании масс
- в) главная цель массмедиа донести «полную и достаточную» информацию до всех слоев аудитории

г) главная цель - породить дискуссию в обществе по значимым вопросам.

Вопрос 2. Каковы главные признаки информационного общества?

Варианты ответов:

а) каждый член общества имеет возможность в любом месте, где он находится, в любое время получить любую интересующую его информацию.

б) роль знаний начинает играть решающую роль в деятельности каждого человека, и его потребность в информации входит в число приоритетных потребностей.

в) личность имеет возможность не только получать необходимую информацию, но и через массовый информационный процесс обогащать духовный потенциал общества.

г) личность освобождена от производственной деятельности и занимается в основном интеллектуальным трудом.

5.3. Перечень видов оценочных средств

Указываются виды оценочных средств из Фонда оценочных средств по данной дисциплине на основе «ФОСы шаблон»

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература (не старше 15 лет)

6.1.1. Основная литература

(из библиотек lib.lunn.ru, <http://biblioclub.ru>, <http://urait.ru>)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Качкаева А.Г., Шомова С.А., Мирошниченко А.А., Лапина-Кратасюк Е.Г.; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой	Мультимедийная журналистика: учебник для вузов	М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761 (
Л1.2	Кириллова Н.Б.–	Медиалогия. 2-е изд., стер	М.; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 420 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602 (дата обращения: 10.12.2020).
Л1.3	Колышкина Т.Б., Маркова Е.В., Шустина И.В.	Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов. – 2-е изд., испр. и доп.	М.: Издательство Юрайт, 2020. – 262 с. URL^ https://urait.ru/book/proektirovanie-i-ocenka-reklamnogo-obraza-429158
Л1.3	Поляков, В. АЮ А. А. Романов. А.А.	Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов	М. : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. URL: https://urait.ru/bcode/432145

6.1.2. Дополнительная литература

(литература из электронных ресурсов и печатные варианты из библиотеки НГЛУ)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Архангельская И.Б., Мезина (Богатырева) Л.Г., Архангельская А.С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебное пособие (авторский курс- онлайн-версия)	М.: ИНФРА М., 2020, 173 с.
Л2.2	Кастельс, М.	Власть коммуникации=Communication Power : учебное пособие : пер. с англ. Н.М. Тылевич, А.А. Архиповой. – 3-е изд.	М : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 592. Режим доступа: по

			подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848
Л2.3	Кириллова, Н.Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие :	Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
Л2.4	Коханова Л. А., Калмыков А.А. -	Интернет-журналистика	Москва: Юнити-Дана, 2015. – 383 URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712
Л2.5	Матвеев, А.Е.	Роль PR-акций в формировании имиджа	М.: Лаборатория книги, 2012. – 127 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142361

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Moodle https://tests.lunn.ru/course/view.php?id=1931 компьютерная тестовая система Moodle. URL: https://tests.lunn.ru/course/view.php?id=2022
Э2	Pew Research Center for the People and the Press. URL: http://www.people-press.org .
Э3	Сервис audacity.com
Э4	Сервис для создания и редактирования видео www.movavi.ru/videoeditor
Э5	Сервис для создания и редактирования видео www.supra.ru

6.3. Перечень программного обеспечения

6.3.1.	Microsoft Windows 7, 10
6.3.2.	Microsoft Office - Word - Excel - Access - Power Point - Outlook
6.3.3.	Adobe Acrobat Reader DC
6.3.4.	ABBYY FineReader 11
6.3.5.	Google Chrome
6.3.6.	CorelDraw
6.3.7.	Adobe inDesign cs 6
6.3.8.	Adobe PhotoShop
6.3.9.	ZOOM
6.3.10.	Сервис Timetoast. URL https://www.timetoast.com/
6.3.11	Ресурс Infographer. URL: http://infographer.ru/service/

6.4. Перечень информационных справочных систем

6.4.1	Информационно-правовой портал «Гарант». URL: http://www.garant.ru/
6.4.2.	Справочная правовая система «Консультант Плюс. URL: http://www.consultant.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебные аудитории для проведения лекционных (семинарских) занятий, укомплектованные специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения: компьютерами и мультимедиа.
7.2	Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с

	возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.
...	...

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

из файла «Методические указания»

В дисциплине «Разработка и продвижение контента» практические занятия требуют от студента интенсивной работы во время лекций и вне аудитории, а именно:

- внимательного конспектирования лекций с подробным фиксированием основных ее положений, формулировок определений центральных понятий лингвистики, иллюстративных фактов;
- тщательной проработки темы предыдущей лекции для ответа на вопросы преподавателя, заданные с целью повторения пройденного материала;
- участия в дискуссиях, инициированных преподавателем;
- самостоятельного решения практических задач;
- подготовки сообщений на основе рекомендуемой дополнительной литературы и с привлечением Интернет-ресурсов;
- самостоятельного подбора примеров из разных языков, иллюстрирующих теоретические положения лингвистики;
- осуществления самоконтроля знаний и применения этих знаний на практических занятиях по специальным дисциплинам
- использование онлайн- ресурсов.

На практические занятия выносятся ключевые темы курса или наиболее сложные проблемы, которые требуют дополнительной проработки. Цель практических занятий - закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях; развитие умений самостоятельной работы с учебной и научной литературой, навыков устной научной коммуникации; развитие навыков поиска и анализа информации, изучения кейсов из практики, умения работы в команде.

:

- изучение соответствующих лекций и разделов рекомендуемых учебников и дополнительной литературы;

- подготовку устных и письменных сообщений, докладов и презентаций по избранной теме.

- Участие в практическом занятии включает:

- активное участие студентов в обсуждении вопросов по плану занятия, в дискуссиях;
- аргументирование собственной точки зрения по тому или иному вопросу;
- выполнение индивидуальных и проектных заданий;
- формулирование выводов по теоретической проблеме;
- самостоятельное решение практических задач и умение представить их обоснованное решение;
- фиксирование наиболее сложных положений и обсуждаемых проблем.

- мониторинг СМИ;

- проектная деятельность, которая включает планирование, организацию, поиск креативных идей, умения принимать решения и оценивать как промежуточные, так и конечные результаты.

- Самостоятельная работа завершает задачи всех видов учебной работы.

Самостоятельная работа способствует:

- углублению и расширению знаний;
- формированию интереса к познавательной деятельности;
- овладению приемами процесса познания;
- развитию познавательных способностей.

Проведение учебных занятий в интерактивной форме обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

Преподавание дисциплины осуществляется на основе следующих результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

9. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

ЗДОРОВЬЯ

В процессе преподавания дисциплины обеспечивается соблюдение следующих специальных условий:

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации электронной-информационной образовательной среде Университета;
- применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения (опора на определенные и точные понятия, использование для иллюстрации конкретных примеров, применение вопросов для мониторинга понимания, разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки, увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала);
- наличие четкой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
- обеспечение беспрепятственного доступа в специальные помещения (учебные аудитории, помещения для самостоятельной работы и др.), а также пребывания в них;
- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).

В процессе преподавания дисциплины используются адаптационные и вспомогательные технологии, такие как:

а) *технологии сбережения здоровья*: обеспечиваются соблюдением ортопедического режима (использование ходунков, инвалидных колясок, трости), регулярной сменой положения тела в целях нормализации тонуса мышц спины, профилактикой утомляемости, соблюдением эргономического режима и обеспечением архитектурной доступности среды (окружающее пространство, расположение учебного инвентаря и оборудования аудиторий обеспечивают возможность доступа в помещения и комфортного нахождения в нём).

б) *ИКТ технологии*: обеспечены возможностью применения ПК и специализированных индивидуальных компьютерных средств (специальные клавиатуры, мыши, компьютерная программа «виртуальная клавиатура» и др.).

в) *Использование возможностей электронной информационно образовательной среды Университета*:

г) *технологии индивидуализации обучения*: обеспечиваются возможностью применения индивидуальных устройств и средств, ПК, учётом темпов работы и утомляемости, предоставлением дополнительных консультаций.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle).

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья широко используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа.

Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

Для самостоятельной работы инвалидов и лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются стационарные специальные технические средства: рабочее место пользователя с нарушением двигательных функций с альтернативными устройствами ввода информации с джойстиком компьютерным, выносными кнопками мыши, большой программируемой клавиатурой Клавинта, рабочее место пользователя с нарушением двигательных функций с адаптированной мышкой (головной), выносными кнопками мыши.

При проведении процедуры текущего контроля результатов обучения по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме)

б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в электронной форме);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, устно). В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:

– предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;

– возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;

– увеличение продолжительности проведения аттестации;

– возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с преподавателем).