



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 26 марта 2026 г. № 7)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю. И. Богомолова
26 марта 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

БЛОГИНГ

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»*

Рабочая программа дисциплины «Блогинг» 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 очной и очно-заочной форм обучения.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель 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 промежуточной аттестации	9
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	11
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	12
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	15

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Блогинг» является формирование у студентов теоретических знаний основ блогинга и получение практических навыков по созданию и редактированию контента блога, а также навыков создания контент-стратегии продвижения блога.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение теоретических основ блогинга;
- изучение типологии блогов;
- изучение основных процессов и методов разработки блога;
- овладение навыками мониторинга информации в интернете и анализа контента блогов;
- получение навыков работы по созданию и редактированию блога, а также навыков создания контент-стратегии продвижения блога;
- формирование профессиональных навыков в области блогинга.

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

Дисциплина «Блогинг» входит в факультативную 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 2 зачётные единицы, всего – 72 часа.

Вид учебной работы	Всего часов	
	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
Контактная работа с преподавателем (всего)	28	8
В том числе:		
Занятия лекционного типа	14	6
Занятия семинарского типа (семинары)	14	2
Самостоятельная работа (всего)	44	64
Форма контроля	Зачет	
Общая трудоёмкость дисциплины	72	

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>ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>ИПК 4.1. Использует программное обеспечение и технические средства, применяет методы и приемы для онлайн и офлайн коммуникации и мониторинга информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ИПК 4.2. Организует работу по созданию и редактированию контента.</p>	<p>Знать: теоретические основы блога как канала онлайн коммуникации. Уметь: проводить мониторинг информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и анализировать контент блогов. Владеть: навыками создания и редактирования контента блога; навыками создания контент-стратегии продвижения блога.</p>

5. Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1. Блог в системе новых медиа	<p>Понятие «новые медиа». История возникновения и развития новых медиа. Задачи, функции и ключевые особенности новых медиа. Классификация новых медиа.</p> <p>История возникновения и этапы развития видеоблога в России. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост, блог-программа, блогинг. Основные функции и цели блогов. Типизация блогов. Корпоративные блоги. Особенности функционирования блога. Форматы блогов. Классификация блогов. Этика блогосферы.</p>
Тема 2. Социальные медиа и аудитория интернет-пространства	<p>Социальные медиа, их задачи и особенности. Типология социальных медиа. Особенности социальных сетей и работы в них.</p> <p>Понятие интернет-аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп. Характеристика мировой аудитории социальных сетей.</p> <p>Способы описания целевой аудитории. Способы оценки интернет-аудитории. Характерные черты интернет-аудитории России. Понятие, объекты, базисные субъекты, источники, способы распространения, типы авторства электронного текста.</p>
Тема 3. Блог как канал онлайн коммуникации	<p>Электронная онлайн коммуникация в системе коммуникационных каналов. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в интернете.</p> <p>Типология каналов для реализации блога. Площадки для размещения блога. Особенности WordPress, инструментарий. Особенности Яндекс.Дзен, инструментарий. Мобильные социальные сети: версии и технологии социальных медиа. Особенности блогов в социальных сетях.</p> <p>Реализация рекламной и PR-деятельности в социальных сетях. Рекламные технологии в социальных сетях. Характеристика, виды интернет-рекламы, таргетинг, ретаргетинг, измерение эффективности рекламы. Основные типы ретаргетинга. Медийная, контекстная реклама, размещение рекламы в rss-каналах. Размещение рекламы в КББ-каналах. Основные рекламные интернет-форматы.</p> <p>Оценка эффективности ведения корпоративных блогов. Преимущества и недостатки использования блогов в рекламе и связях с общественностью.</p>
Тема 4. Особенности создания контента блога и его продвижение	<p>Методы сбора информации для блога. Специфика методов сбора информации. Мониторинг как метод сбора информации. Жанровая специфика интернет-блогов.</p> <p>Этапы создания блога. Стил и формат блога. Специфика создания текстового контента для блога. Особенности работы над визуальной компонентом блога.</p> <p>Основные свойства электронного текста. Основные требования к контенту блога. Электронный гипертекст, гиперссылки, электронные издания. SEO – поисковая оптимизация.</p> <p>Особенности продвижения блога. Концепция продвижения блога: работа с целевой аудиторией; каналы продвижения; цели продвижения; планирование бюджета; обоснование; сроки реализации; ожидаемые результаты. Digital-стратегии для запуска блога.</p>

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

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Блог в системе новых медиа	4	4	10	18
2.	Социальные медиа и аудитория интернет-пространства	2	2	14	18
3.	Блог как канал онлайн коммуникации	4	4	10	18
4.	Особенности создания контента блога и его продвижение	4	4	10	18
ИТОГО:		14	14	44	72

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Блог в системе новых медиа	1	-	17	18
2.	Социальные медиа и аудитория интернет-пространства	1	-	17	18
3.	Блог как канал онлайн коммуникации	2	1	15	18
4.	Особенности создания контента блога и его продвижение	2	1	15	18
ИТОГО:		6	2	64	72

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. История возникновения и развития новых медиа.
2. История возникновения и этапы развития видеоблога в России.
3. Особенности функционирования блога.
4. Этика блогосферы.
5. Характеристика мировой аудитории социальных сетей.
6. Характерные черты интернет-аудитории России.
7. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в интернете.
8. Особенности блогов в социальных сетях.
9. Рекламные технологии в социальных сетях.
10. Основные рекламные интернет-форматы.
11. Преимущества и недостатки использования блогов в рекламе и связях с общественностью.
12. Специфика методов сбора информации.
13. Основные требования к контенту блога.
14. Особенности продвижения блога
15. Digital-стратегии для запуска блога.

Примерные темы рефератов (докладов)

1. Эволюционные процессы в интернет-технологиях и социальных сетях.
2. Влияние социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.
3. Специфика социальной сети Вконтакте: аудитория, инструменты, типы контента.
4. Специфика социальной сети Одноклассники: аудитория, география, инструменты, типы контента.
5. PR-текст как один из элементов презентации организации или товара аудитории социальных сетей.
6. Общая характеристика языка сети интернет.
7. Дискурсивные характеристики текстов социальных сетей.
8. Составление календарного плана блога и определение необходимых ресурсов для продвижения организации в социальных сетях.
9. Анализ персонального блога известной личности.
10. Анализ лайфстайл блога медийной личности.
11. Особенности размещения рекламы в блоге.
12. Основные стратегии продвижения блогов.

Примерные темы эссе

1. Блог – личный дневник или инструмент специалиста-маркетолога?
2. Прокомментируйте фразу: «Блог — это такое СМИ, которое никогда не пачкало бумагу». Согласны ли вы с этим утверждением? Ответ обоснуйте.

8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации

8.1. Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Понятие «новые медиа».
2. История возникновения и развития новых медиа.
3. Задачи, функции и ключевые особенности новых медиа.
4. Классификация новых медиа.
5. История возникновения и этапы развития видеоблога в России.
6. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост, блог-программа, блогинг.
7. Основные функции и цели блогов.
8. Типизация блогов.
9. Корпоративные блоги.
10. Особенности функционирования блога.
11. Форматы блогов.
12. Классификация блогов.
13. Этика блогосферы.
14. Социальные медиа, их задачи и особенности.
15. Типология социальных медиа.
16. Особенности социальных сетей и работы в них.
17. Понятие интернет-аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп.
18. Характеристика мировой аудитории социальных сетей.
19. Способы описания целевой аудитории.
20. Способы оценки интернет-аудитории.
21. Характерные черты интернет-аудитории России.
22. Понятие, объекты, базисные субъекты, источники, способы распространения, типы авторства электронного текста.
23. Электронная онлайн коммуникация в системе коммуникационных каналов.
24. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в интернете.
25. Типология каналов для реализации блога.
26. Мобильные социальные сети: версии и технологии социальных медиа.
- Особенности блогов в социальных сетях.
27. Реализация рекламной и PR-деятельности в социальных сетях.
28. Рекламные технологии в социальных сетях.
29. Характеристика, виды интернет-рекламы, таргетинг, ретаргетинг, измерение эффективности рекламы.
30. Основные типы ретаргетинга.
31. Медийная, контекстная реклама, размещение рекламы в rss-каналах.
32. Размещение рекламы в КББ-каналах.
33. Основные рекламные интернет-форматы.
34. Оценка эффективности ведения корпоративных блогов.
35. Преимущества и недостатки использования блогов в рекламе и связях с общественностью.
36. Методы сбора информации для блога.
37. Специфика методов сбора информации.
38. Мониторинг как метод сбора информации.
39. Жанровая специфика интернет-блогов.
40. Этапы создания блога.
41. Стиль и формат блога.
42. Специфика создания текстового контента для блога.

43. Особенности работы над визуальной компонентой блога.
44. Основные свойства электронного текста.
45. Основные требования к контенту блога.
46. Электронный гипертекст, гиперссылки, электронные издания.
47. SEO – поисковая оптимизация.
48. Особенности продвижения блога.
49. Концепция продвижения блога: работа с целевой аудиторией; каналы продвижения; цели продвижения; планирование бюджета; обоснование; сроки реализации; ожидаемые результаты.
50. Digital-стратегии для запуска блога.

8.2. Типовые задания для оценки знаний

1. Блог – это...
 - а) авторская страница в социальной сети с текстовым и визуальным контентом;
 - б) веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые человеком записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа;
 - в) авторский веб-сайт для размещения рекламы с целью получения прибыли;
 - г) тип социального медиа для размещения личного контента.

2. К основным видам блогов относятся:
 - а) лайфстайл блог;
 - б) имиджевый блог;
 - в) персональный блог;
 - г) личный блог;
 - д) тематический блог;
 - е) общественный блог.

3. SEO-оптимизация представляет собой:
 - а) набор методов и мер, которые призваны повысить эффективность сайта;
 - б) набор методов и мер, которые призваны повысить значимость сайта в глазах поисковых систем для увеличения поискового трафика;
 - в) набор методов и мер, которые призваны повысить охваты сайта.

8.3. Типовые задания для оценки умений

Задание 1. Проведите мониторинг различных площадок для размещения блогов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Найдите по 1 примеру каждого вида блога. Данные занесите в таблицу, ответ аргументируйте.

№	Вид блога	Ссылка на блог	Описание блога	Аргументация

Задание 2. В информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» выберите любой блог. Проанализируйте его по следующей схеме:

- вид блога;
- канал распространения;
- цель и задачи блога;
- тема блога;
- идея блога;
- рубрикация блога;
- целевая аудитория блога;

- рекламные бренды в блоге;
- анализ текстового контента блога;
- анализ визуального контента блога;
- общая оценка.

8.4. Типовые задания для оценки навыков

Задание 1. Вам необходимо создать персональный или лайфстайл блог о себе или своем увлечении. Создайте контент-стратегию продвижения блога. Схема ответа:

- вид блога;
- канал распространения;
- цель и задачи блога;
- тема блога;
- идея блога;
- рубрикация блога;
- целевая аудитория блога и методы коммуникации с ней;
- планирование бюджета;
- привлеченные рекламные бренды;
- обоснование целесообразности блога;
- сроки реализации;
- ожидаемые результаты.

Задание 2. Напишите текст для главной страницы персонального или лайфстайл блога о себе или своем увлечении. Добавьте в текст скрытую рекламы какого-либо продукта или услуги. Опишите, какое(ие) изображение(я) можно прикрепить к данному тексту.

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

9.1. Основная литература

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587376>

2. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18905-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586107>

9.2. Дополнительная литература

1. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. — 163 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669>

2. Климович, Н. Г. Контент : топовые техники SEO-продвижения : практическое пособие : [16+] / Н. Г. Климович. — Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. — 320 с. : ил., табл., граф. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618236>

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. www.sostav.ru – сайт, посвященный проблемам маркетинга и рекламы, содержит новости маркетинга и содержательный словарь. Включает аналитические и исследовательские материалы.
5. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»
6. <https://ru.wordpress.org/> – инструмент создания блогов

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.

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

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

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач 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 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 самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиболее важному 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, 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 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.