



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

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю. И. Богомолова
27 марта 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРАКТИКУМ ПО СВЯЗЯМ 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»

Рабочая программа дисциплины «Практикум по связям 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 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	8
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации	10
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
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)	14
11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины	14
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Практикум по связям с общественностью» является формирование у студентов базисных знаний о связях с общественностью, выработать навыки создания медиаматериалов в различных жанрах и форматах, а также освещения работы общественных и государственных институтов.

Задачи изучения дисциплины:

- получение базисных знаний о связях с общественностью;
- изучение процесса, логики и механизмов управления информацией;
- ознакомление с приемами конструирования и увеличения значимости новостей;
- изучение основных правил создания информационных и оперативных PR-документов;
- ознакомление с характеристиками и требованиями к написанию и редактированию медиатекстов различных PR-жанров;
- изучение композиционных элементов медиатекста;
- формирование навыков регулярного пополнения и активного практического использования современного арсенала технологий в области связей с общественностью.

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

Дисциплина «Практикум по связям 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 3 зачётные единицы, всего – 108 часов.

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)	80	100
Форма контроля	Зачет с оценкой	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	

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
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИОПК 1.1 Имеет представление об особенностях знаковых систем ИОПК 1.2 Создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка ИОПК 1.3 Создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языка	Знать: теоретические основы связей с общественностью; отличительные особенности жанров и форматов медиаматериалов. Уметь: применять знания основ связей с общественностью в профессиональной деятельности; выбирать оптимальный жанр и формат, а также осуществлять подготовку медиаматериалов в соответствии с нормами языка. Владеть: способностью к организации различных PR-мероприятий; навыками создания медиаматериалов в различных жанрах и форматах в соответствии с нормами языка.
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК 2.1 Имеет представление о тенденциях развития общественных и государственных институтов ИОПК 2.2 Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах при решении практических задач.	Знать: специфику освещения работы представителей общественных и государственных институтов. Уметь: создавать медиаматериалы, учитывая систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. Владеть: навыками освещения работы общественных и государственных институтов и создания соответствующих медиаматериалов.

5. Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1. Теоретические основы связей с общественностью	Общественное мнение, публичная коммуникация, публичный дискурс, паблиситный капитал, паблисити, как категории понятийного аппарата PR. Понятие общественного мнения в социологии, психологии и теории связей с общественностью. Содержание общественного мнения и его структура. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью. Роль и место исследований в процессе деятельности по связям с общественностью.
Тема 2. PR в функциональной структуре организации	Понятие организации и ее функциональной структуры. Понятие организационной структуры управления. Содержание профессиональной деятельности PR-специалиста. PR-подразделения в высших органах государственной власти. PR-подразделения в федеральных и местных органах государственной власти. PR-подразделения в коммерческих структурах. Институциональные субъекты связей с общественностью. Организация PR-агентства (отдела): структура, состав, численность работников, задействованных в проведении PR-мероприятий. Профессиональная культура специалиста по связям с общественностью. Понятие профессиональной культуры. Содержание профессиональной культуры специалиста по связям с общественностью. Профессиональная этика и профессиональная культура специалиста по связям с общественностью. KPI – ключевые показатели эффективности в работе PR-структур.
Тема 3. Специфика организации и проведения медиамероприятий	Планирование PR: определение проблемы или возможности, разработка программы, действия, оценка. Составление PR-бюджета: оценка объема кадровых и затратных ресурсов; оценка стоимости и доступности этих ресурсов. Планирование политических PR-мероприятий. Подготовка PR-плана: сбор информации о проблеме, подготовка предложения (ситуационный анализ, определение границ задания, выделение целевых аудиторий, выбор методов исследований, разработка ключевых сообщений, определение средств коммуникации, сроков проведения PR-кампании и расходов), активизация плана, оценка кампании. Типология медиамероприятий для представителей общественных и государственных институтов. Пресс-конференция: виды, функции. Пресс-конференция в государственной сфере: цели, задачи, функции. Процесс подготовки и проведения пресс-конференции: планирование, оповещение, время её проведения, оповещение СМИ. Основные и вспомогательные цели пресс-конференции. Пресс-конференция в государственной сфере. Специфика проведения пресс-конференции представителей политики. Работа во время пресс-конференции. Анализ работы пресс-конференции. Пресс-клиппинг. Брифинг. Пресс-тур. Круглый стол. Политический брифинг. Презентация: характер, цели, виды. Технология и особенности проведения презентации. Этапы проведения презентации. Презентация политика как особый вид медиамероприятия.

Тема 4. Особенности написания PR-материалов	Специальные мероприятия и их освещение в средствах массовой информации. Специальные мероприятия государственных и общественных институтов и их освещение в средствах массовой информации. Возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью. Формы подачи информационно-новостных материалов. Ньюсмейкинг и создание информационного повода. Планирование и организация информационных поводов. Новостные поводы для СМИ. Композиционные элементы медиатекста. Особенности освещения деятельности политических представителей. PR-жанры: специфика, функции, виды. Бэкграундер. Факт-лист. Биографическая справка. Статья. Заявление для СМИ. Письмо в редакцию. Жанры PR-материалов о деятельности государственных и общественных институтов. Пресс-релиз как тип текста, его содержание, структура, подготовка и особенности распространения. Политический пресс-релиз. Пресс-, ньюс- и медиа-кит и его структура. Особенности подготовки пресс-кита для государственных институтов.
--	--

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.		Самостоя тельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Теоретические основы связей с общественностью	2	2	15	19
2.	PR в функциональной структуре организации	4	4	20	28
3.	Специфика организации и проведения медиамероприятий	4	4	20	28
4.	Особенности написания PR-материалов	4	4	25	33
ИТОГО:		14	14	80	108

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоя тельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Теоретические основы связей с общественностью	1	-	18	19
2.	PR в функциональной структуре организации	1	-	27	28
3.	Специфика организации и проведения медиамероприятий	2	1	25	28
4.	Особенности написания PR-материалов	2	1	30	33
ИТОГО:		6	2	100	108

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. Понятие общественного мнения в социологии, психологии и теории связей с общественностью.
2. Понятие организации и ее функциональной структуры.
3. PR-подразделения в высших органах государственной власти.
4. PR-подразделения в федеральных и местных органах государственной власти.
5. Планирование PR: определение проблемы или возможности, разработка программы, действия.
6. Организация PR-агентства (отдела): структура, состав, численность работников, задействованных в проведении PR-мероприятий.
7. Композиционные элементы медиатекста.
8. Пресс-конференция: функции.
9. Презентация: характер, цели, виды.
10. Жанры PR-текстов. Структура, виды и функции.
11. Бэкграундер. Факт-лист. Биографическая справка. Статья. Заявление для СМИ. Письмо в редакцию.
12. Пресс-релиз как тип текста, его содержание, структура, подготовка и особенности распространения.

Примерные темы рефератов (докладов)

1. Место и роль PR в современном мире.
2. Специфика управления общественным мнением в связях с общественностью.
3. Основы профессиональной деятельности PR-специалиста.
4. Деловое общение как элемент публичности.
5. Специфика взаимоотношений PR-специалистов с журналистами и потребителями.
6. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.
7. Общественное мнение как главный объект PR-деятельности.
8. PR-структуры в высших органах государственной власти.
9. PR-структуры в федеральных и местных органах государственной власти.
10. Современный специалист в области связей с общественностью.
11. Внутрикorporативный PR. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом.
12. Оценка ключевых показателей эффективности в работе PR-структур.
13. Технология и особенности проведения презентации.
14. Особенности организации круглого стола.
15. Специальные мероприятия и их освещение в средствах массовой информации.
16. СМИ как основной канал применения PR-технологий.
17. Оценка СМИ как каналов коммуникации в PR.
18. Ньюсмейкинг и создание информационного повода.
19. Планирование и организация информационных поводов.
20. Анализ новостных поводов для СМИ.
21. Отличительные особенности медиа-, ньюс- и пресс-кита.

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.	Теоретические основы связей с общественностью	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	15	18
2.	PR в функциональной структуре организации	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	20	27
3.	Специфика организации и проведения мероприятий	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	20	25
4.	Особенности написания PR-материалов	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	25	30
ИТОГО:			80	100

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

8.1. Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. Основные понятия и их специфика: общественное мнение, публичная коммуникация, публичный дискурс.
2. Паблицитный капитал, паблицити как категории понятийного аппарата PR.
3. Понятие общественного мнения в социологии, психологии и теории связей с общественностью.
4. Содержание общественного мнения и его структура.
5. Социально-психологические основы управления общественным мнением в связях с общественностью.
6. Роль и место исследований в процессе деятельности по связям с общественностью.
7. Понятие организации и ее функциональной структуры.
8. Понятие организационной структуры управления.
9. Содержание профессиональной деятельности PR-специалиста.
10. PR-подразделения в высших органах государственной власти.
11. PR-подразделения в федеральных и местных органах государственной власти.
12. PR-подразделения в коммерческих структурах.
13. Институциональные субъекты связей с общественностью.
14. Организация PR-агентства (отдела): структура, состав, численность работников, задействованных в проведении PR-мероприятий.
15. Понятие профессиональной культуры.
16. Профессиональная культура специалиста по связям с общественностью.
17. Содержание профессиональной культуры специалиста по связям с общественностью.

18. Профессиональная этика и профессиональная культура специалиста по связям с общественностью.
19. KPI – ключевые показатели эффективности в работе PR-структур.
20. Планирование PR: определение проблемы или возможности, разработка программы, действия, оценка.
21. Составление PR-бюджета: оценка объёма кадровых и затратных ресурсов; оценка стоимости и доступности этих ресурсов.
22. Подготовка PR-плана: сбор информации о проблеме, подготовка предложения (ситуационный анализ, определение границ задания, выделение целевых аудиторий, выбор методов исследований, разработка ключевых сообщений, определение средств коммуникации, сроков проведения PR-кампании и расходов), активизация плана, оценка кампании.
23. Пресс-конференция: виды, функции.
24. Процесс подготовки и проведения пресс-конференции: планирование, оповещение, время её проведения, оповещение СМИ.
25. Основные и вспомогательные цели пресс-конференции.
26. Работа во время пресс-конференции. Анализ работы.
27. Основные и вспомогательные цели и специфика пресс-клиппинга.
28. Основные и вспомогательные цели и специфика круглого стола.
29. Основные и вспомогательные цели и специфика брифинга.
30. Основные и вспомогательные цели и специфика пресс-тура.
31. Презентация: характер, цели, виды.
32. Технология и особенности проведения презентации.
33. Этапы проведения презентации.
34. Специальные мероприятия и их освещение в средствах массовой информации.
35. Возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
36. Формы подачи информационно-новостных материалов.
37. Ньюсмейкинг и создание информационного повода.
38. Планирование и организация информационных поводов.
39. Новостные поводы для СМИ.
40. Композиционные элементы медиатекста.
41. PR-жанры: специфика, функции, виды.
42. Бэкграундер.
43. Факт-лист.
44. Биографическая справка.
45. Статья.
46. Заявление для СМИ.
47. Письмо в редакцию.
48. Пресс-релиз как тип текста, его содержание, структура, подготовка и особенности распространения.
49. Пресс-, ньюс- и медиа-кит и его структура.
50. Отличительные особенности медиа-, ньюс- и пресс-кита.

8.2. Типовые задания для оценки знаний

1. Пресс-кит – это ...
 - а) структурированная подборка текстовых, визуальных и иногда даже аудиодокументов, в которых представлена информация о пресс-конференции.
 - б) структурированная подборка текстовых, визуальных и иногда даже аудиодокументов, в которых представлена информация о проекте, компании, событии или личном бренде.

в) структурированная подборка текстовых и визуальных документов, в которых представлена информация о проекте, компании, событии или личном бренде.

2. Назовите виды PR-статей:

- а) имиджевая;
- б) аналитическая;
- в) обзорная;
- г) авторская;
- д) информационная;
- е) художественно-публицистическая;
- ж) сравнительная.

3. Выберите верные утверждения:

- а) деловое совещание проходит в интенсивной форме, ослабевающей по ходу обсуждения;
- б) во время делового совещания не рекомендуется использовать внезапные, неожиданные доводы;
- в) для эффективного делового совещания необходимо пробудить у участников личный интерес;
- г) все высказывания во время делового совещания должны быть аргументированы;
- д) для успешного обсуждения участники делового совещания должны быть выведены из зоны комфорта.

8.3. Типовые задания для оценки умений

Задание 1. Прочтите текст. Определите жанр, в котором он написан. Укажите и проанализируйте необходимые структурные элементы для данного жанра. Ответ аргументируйте.

Роскосмос и DNK Russia коллаборация, объединившая космос и моду

Основной идеей коллаборации было соединение экипировки космонавта и повседневного гардероба человека.

На презентации космической коллекции дизайнерского бренда DNK RUSSIA и госкорпорации Роскосмос новый корпус музея космонавтики превратился в фэшн-площадку.

На кинофестивале «Циолковский» 15 апреля состоялась презентация космической коллекции одежды, созданной российским дизайнерским брендом DNK Russia и госкорпорацией Роскосмос. Организаторами показа стали: продюсерский центр «Грани», режиссёр-постановщик Валерий Сороковой, и организатор и продюсер показа Елена Складорова.

Зрелище получилось ярким – модели в космических одеждах продефилировали по спиральному пандусу Музея истории космонавтики на фоне космических ракет.

В результате коллаборации DNK Russia и госкорпорацией Роскосмос появились не только, традиционные предметы гардероба – спортивные костюмы, футболки и свитшоты, но и платья с сублимированным принтом, поло, комбинезон, мега оверсайз куртка, космический баул и космический бушлат.

В числе зрителей – глава Роскосмоса Дмитрий Рогозин и калужский губернатор Владислав Шапша. Короткие ролики с показа они запостил в соцсети.

Основной идеей коллекции было соединение экипировки космонавта и повседневного гардероба человека. Например, взрослый комбинезон – это современное

прочтение скафандра Юрия Гагарина. Вдохновением для дизайнеров, конечно же, послужил космос.

«Носить наше это круто! Достижения наших соотечественников покорили весь мир, и мы хотим, чтобы об этом помнили. Коллаборация DNK&Роскосмос – это стильная одежда с исторической значимостью», - заявляют основатели DNK RUSSIA сёстры Анна и Ольга Ничковы

Для справки:

За почти 7 лет это не первая коллаборация у дизайнеров Анны и Ольги Ничковых: ранее сестры делали совместные проекты с известными российскими компаниями и звездами: «Союзмультфильмом», «Смешариками», Телеканалом Пятница, BLACK STAR WEAR, Мари Краймбрери (Velvet music), LOVE RADIO и другими.

С самого основания компании девушки продвигали философию «СДЕЛАНО В РОССИИ», одни из первых использовали принты на русском языке.

Информационные ссылки:

dnk-russia.com. – российский дизайнерский бренд DNK Russia

gmik.ru – Музей космонавтики в Калуге

space-fest.ru – Международного кинофестиваля фильмов и программ о космосе «Циолковский»

roscosmos.ru - госкорпорация Роскосмос

Задание 2. Компания Apple проводит презентацию нового продукта в России. Укажите, какой PR-материал может написать специалист пресс-службы компании. Ответ аргументируйте. Напишите заголовок и лид данной публикации.

8.4. Типовые задания для оценки навыков

Задание 1. Компания «Роснефть» проведет пресс-конференцию, посвященную году науки и технологий. Перечислите, какие материалы должен включить в себя пресс-кит для данного мероприятия. Напишите материалы в необходимых жанрах и оформите папку.

Задание 2. В Москве открывается сеть магазинов правильного питания. Разработайте программу PR-мероприятий в связи с открытием одного из магазинов. Укажите сроки и бюджет данных мероприятий. Дайте возможную оценку эффективности вашей программы.

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

9.1. Основная литература

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебник для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564576>

2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебник для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 218 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16787-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562963>

9.2. Дополнительная литература

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543173>

2. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR) : учебное пособие / А. Г. Милюкова ; Алтайский государственный университет. — Барнаул : Алтайский государственный университет, 2020. — 196 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610849>

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.

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 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 производятся 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.