



**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

### **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.....	12
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	12
11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины .....	13
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	16

## 1. 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
<b>Контактная работа с преподавателем (всего)</b>	<b>28</b>	<b>8</b>
В том числе:		
Занятия лекционного типа	14	6
Занятия семинарского типа (семинары)	14	2
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>44</b>	<b>64</b>
Форма контроля	Зачет	
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>72</b>	

**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><b>ПК-4</b> 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><b>Знать:</b> теоретические основы блога как канала онлайн коммуникации. <b>Уметь:</b> проводить мониторинг информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и анализировать контент блогов. <b>Владеть:</b> 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
<b>ИТОГО:</b>		<b>14</b>	<b>14</b>	<b>44</b>	<b>72</b>

**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
<b>ИТОГО:</b>		<b>6</b>	<b>2</b>	<b>64</b>	<b>72</b>

**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.

## 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.	Блог в системе новых медиа	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов, написание эссе	10	17
2.	Социальные медиа и аудитория интернет-пространства	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	14	17
3.	Блог как канал онлайн коммуникации	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов, выполнение практического задания	10	15
4.	Особенности создания контента блога и его продвижение	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов, выполнение практического задания	10	15
<b>ИТОГО:</b>			<b>44</b>	<b>64</b>

### 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. Никитенко, А. А. Основы медиажурналистики : учебное пособие / А. А. Никитенко. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. – 108 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228794>
2. 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, 2025. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565960>
3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18905-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563912>

### **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](https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364) – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. [www.sostav.ru](http://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
7. [https://yandex.ru/promo/zen/video/tut\\_tam/green\\_hub](https://yandex.ru/promo/zen/video/tut_tam/green_hub) – платформа для блога Яндекс.Дзен

#### **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.