



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

Принята на заседании  
Учёного совета ИМЭС  
(протокол от 29 января 2026 г. № 5)

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова  
29 января 2026 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

**Международная программа  
«Введение в рекламную деятельность»**

Базовая программа

## Содержание

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....	3
Раздел 2. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	4
2.1. Пояснительная записка .....	4
2.2. Цель и задачи программы .....	5
2.3. Планируемые результаты.....	5
2.4. Учебный план.....	6
2.5. Календарный учебный график .....	7
2.6. Рабочие программы модулей.....	8
2.6.1. Рабочая программа модуля «Экономическая культура и финансовая грамотность».....	8
2.6.2. Рабочая программа модуля «Основы маркетинга» .....	10
2.6.3. Рабочая программа модуля «Теория коммуникации» .....	13
2.6.4. Рабочая программа модуля «Иностранный язык (английский)» .....	15
2.6.5. Рабочая программа модуля «Лидерство и командная работа» .....	18
2.6.6. Рабочая программа модуля «Основы рекламной деятельности».....	21
2.7. Методические материалы .....	24
Раздел 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ.....	25
3.1. Кадровые условия .....	25
3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение.....	26
3.3. Материально-техническое обеспечение .....	26
3.4. Финансовые условия реализации.....	27

## Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Дополнительная общеобразовательная программа – общеразвивающая профессионально-ориентационная Международная программа «Введение в рекламную деятельность» относится к дополнительному образованию детей и взрослых. Международная программа «Введение в рекламную деятельность» включает в себя: общую характеристику программы, цели и задачи программы, планируемые результаты обучения, учебный план, календарный учебный график, рабочие программы модулей (включая результаты изучения модулей, учебно-тематический план, оценочные материалы, список литературы), методические рекомендации, условия реализации программы<sup>1</sup>.

Нормативные основания для разработки дополнительной общеобразовательной программы:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ;
- Приказ № 629 Министерства просвещения Российской Федерации от 27 июля 2022 г. «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Письмо Министерства образования и науки РФ от 18 ноября 2015 г. «О направлении информации» вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы);
- Лицензия на осуществление образовательной деятельности от 18.07.2016 г., серия 90Л01, № 0009319 (рег. № 2273);
- Устав ИМЭС.

---

<sup>1</sup> При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, детей-инвалидов и инвалидов на основе данной дополнительной общеобразовательной программы разрабатывается адаптированная дополнительная общеобразовательная программа для обучения указанных обучающихся, с привлечением специалистов в области коррекционной педагогики, а также педагогических работников, освоивших соответствующую программу профессиональной подготовки.

## Раздел 2. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 2.1. Пояснительная записка

**Направленность программы** – социально-гуманитарная.

Программа ориентирована на:

- профессиональную ориентацию обучающихся;
- социализацию и адаптацию обучающихся к жизни в обществе;
- формирование общей культуры обучающихся;
- формирование и развитие творческих способностей обучающихся;
- удовлетворение индивидуальных потребностей обучающихся в интеллектуальном, художественно-эстетическом, нравственном и интеллектуальном развитии, а также в занятиях физической культурой и спортом;
- формирование культуры здорового и безопасного образа жизни, укрепление здоровья обучающихся;
- обеспечение духовно-нравственного, гражданско-патриотического, военно-патриотического, трудового воспитания обучающихся;
- выявление, развитие и поддержку талантливых обучающихся, а также лиц, проявивших выдающиеся способности;
- создание и обеспечение необходимых условий для личностного развития, укрепление здоровья, профессионального самоопределения и творческого труда обучающихся.

**Объем программы** – общее количество учебных часов, запланированных на весь период обучения, необходимых для освоения программы — **756** учебных часов.

**Срок обучения** – 5 месяцев.

**Формы обучения** – заочная (дистанционная форма, онлайн занятия по выходным).

Занятия проводятся по группам.

С учетом особенностей и образовательных потребностей обучающихся возможно обучение по индивидуальному плану, в т.ч. с сокращением сроков обучения с выбором модулей. По результатам обучения выдается сертификат.

Образовательная деятельность осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

## 2.2. Цель и задачи программы

**Цель** – профессиональная ориентация в области рекламы и адаптация обучающихся к обучению в вузе с применением компетентностного подхода.

**Задачи:**

- познакомить обучающихся с формами и способами обучения в высшем учебном заведении;
- дать представление о способах оценки уровня сформированности компетенций в процессе обучения в вузе;
- углубление знаний по общеобразовательным предметам;
- приобрести обучающимися начальных знаний в области экономики и менеджмента;
- формирование исследовательских умений и навыков;
- развитие коммуникативных способностей, рефлексии, умения работать индивидуально и в группах;
- развить креативное мышление.

## 2.3. Планируемые результаты

При освоении дополнительной общеразвивающей Международной программы «Введение в рекламную деятельность» у обучающихся формируются следующие знания, умения и навыки:

- коммуникативные;
- межличностные и межкультурные взаимодействия;
- самоорганизация и саморазвитие;
- образовательные;
- компьютерной грамотности и пользование Интернет;
- здоровьесберегающие.

## 2.4. Учебный план

N п/п	Название модулей	Количество часов					Формы промежуточной аттестации*
		Всего	Теория	Практика	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Экономическая культура и финансовая грамотность	144	6	4	107	27	Экзамен
2.	Основы маркетинга	108	6	2	100	-	Зачет с оценкой
3.	Теория коммуникации	144	6	4	107	27	Экзамен
4.	Иностранный язык (английский)	144	6	6	132	-	Зачет с оценкой
5.	Лидерство и командная работа	108	6	2	100	-	Зачет с оценкой
6.	Основы рекламной деятельности	108	6	2	100	-	Зачет с оценкой
<b>Всего:</b>		<b>756</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>646</b>	<b>54</b>	<b>Итоговой аттестации нет</b>

\* Промежуточная аттестация проходит в форме тестирования.

## 2.5. Календарный учебный график

Месяцы	1-ый месяц				26	2-ой месяц				30	3-ий месяц			28	4-ый месяц				5-ый месяц			
	1	5	12	19		2	9	16	23		7	14	21		4	11	18	25	1	8	15	22
Числа	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	4	11	18	25	8	15	22	29	13	20	27	10	17	24	31	7	14	21	26			
Недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
																					<b>т</b>	<b>т</b>

	Аудиторные и самостоятельные занятия по расписанию
<b>т</b>	Промежуточное тестирование

Продолжительность обучения – 5 месяцев.  
 Начало занятий – 1 октября.  
 Режим занятий – по расписанию.

## 2.6. Рабочие программы модулей

### 2.6.1. Рабочая программа модуля «Экономическая культура и финансовая грамотность»

**1. Целью модуля «Экономическая культура и финансовая грамотность»** является формирование культуры экономического мышления и функциональной финансовой грамотности, позволяющей анализировать проблемы и происходящие изменения в сфере экономики, вырабатывать на этой основе аргументированные суждения, умения оценивать возможные последствия принимаемых решений.

#### **2. В результате изучения модуля обучающийся должен:**

**Знать:** финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами; сущность экономических институтов, их роль в социально-экономическом развитии общества.

**Уметь:** анализировать экономическую информацию и выбирать финансовые инструменты для решения практических задач; применять знания для осуществления профессиональной деятельности.

**Владеть:** навыками применения финансовых инструментов для обоснования экономических решений в различных областях жизнедеятельности; основами экономических знаний при решении профессиональных задач.

**3. Объем модуля.** Всего – 144 часа, в т.ч. теория – 6 часов, практика – 4 часа, самостоятельная работа – 107 часов, контроль – 27 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к учебным занятиям и промежуточной аттестации.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

#### 4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Банки: услуги и продукты	1	-	18
2	Кредит и условия его получения	1	-	18
3	Фондовый рынок: как его использовать для роста доходов	1	1	18
4	Налогообложение физических лиц	1	1	18
5	Пенсионное обеспечение и финансовое благополучие старости	1	1	17
6	Основы предпринимательства, открытие собственного бизнеса	1	1	18
<b>Итого:</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>107</b>

#### 5. Оценочные материалы

##### *Типовой тест*

1. Кредитная организация, которая на основе специального разрешения (лицензии) Центрального банка осуществляет банковские операции, — это:

- а) центральный банк;
- б) коммерческий банк;

- в) депонент;
  - г) страховая компания.
2. Укажите, что из перечисленного ниже не является активом банка:
- а) кредиты промышленным предприятиям;
  - б) кредиты домашним хозяйствам;
  - в) депозиты физических и юридических лиц;
  - г) акции транснациональной корпорации.
3. Ставка процента по депозитам и кредитам, предлагаемая банком, — это:
- а) номинальный процент;
  - б) эффективный процент;
  - в) реальный процент;
  - г) сложный процент.
4. Банковская система в рыночной экономике состоит из:
- а) центрального банка и Министерства финансов;
  - б) большого количества коммерческих банков;
  - в) центрального банка и коммерческих банков;
  - г) коммерческих банков и правительства.
5. Депозит — это:
- а) активы, размещённые на хранение;
  - б) запись, используемая для учёта финансовых операций;
  - в) деньги, которые банк дал в кредит фирме;
  - г) процент, под который Центральный банк даёт кредит коммерческим банкам.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### *Основная литература*

1. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для вузов / под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09162-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582620>
2. Финансы, деньги и кредит : учебник и практикум для вузов / под редакцией Д. В. Буракова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 303 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17280-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583932>
3. Фрицлер, А. В. Персональные (личные) финансы : учебник для вузов / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 123 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21871-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582331>

### *Дополнительная литература*

1. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20234-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584388>
2. Солодкая, Н. В. Теория и методика развития основ финансовой грамотности подростков в образовательном процессе : учебник для вузов / Н. В. Солодкая. — Москва :

Издательство Юрайт, 2026. — 104 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14097-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588623>

3. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 458 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18807-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/598456>

## 7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
2. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
3. [https://elibrary.ru/org\\_titles.asp?orgsid=14364](https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364) – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://www.consultant.ru/online/> – Информационная справочная система «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).

## 2.6.2. Рабочая программа модуля «Основы маркетинга»

**1. Целью модуля «Основы маркетинга»** является изучение, систематизация и закрепление знаний теоретических и методических основ организации маркетинговой деятельности в организациях, овладение приемами сегментации потребительского рынка, исследование основ товарной политики, усвоение методов организации маркетинговых коммуникаций.

### **2. В результате изучения модуля обучающийся должен:**

**Знать:** основные понятия маркетинга, сегментов рынка и позиционирования.

**Уметь:** анализировать маркетинговую информацию, в том числе, с учетом тенденций развития рынка региона, страны и мира.

**Владеть:** навыками применения полученных знаний при решении профессиональных задач.

**3. Объем модуля.** Всего – 108 часов, в т.ч. теория – 6 часов, практика – 2 часа, самостоятельная работа – 100 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к учебным занятиям и промежуточной аттестации.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

#### 4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Социально-экономические основы маркетинга	1	1	25
2	Сегментирование рынка и позиционирование товара	1	-	25
3	Товарная политика предприятия и товародвижение	2	1	25
4	Маркетинговая коммуникация	2	-	25
<b>Итого:</b>		<b>6</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

#### 5. Оценочные материалы

##### *Типовой тест*

1. Потребностью, подкрепленная покупательной способностью называется...

- а) нужда;
- б) товар;
- в) интерес;
- г) запрос.

2. Сегментация рынка — это:

- а) разделение территории рынка на отдельные сегменты;
- б) стратегия выборочного проникновения на рынок;
- в) структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах;
- г) разбивка рынка на четкие группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары или комплексы маркетинга.

3. Стратегия охвата рынка, при которой организация игнорирует специфику отдельных сегментов рынка и выходит на весь рынок или на его крупные сегменты с одним продуктом, используя массовые системы товародвижения и массовые рекламные кампании это:

- а) индивидуализированный маркетинг;
- б) недифференцированный маркетинг;
- в) дифференцированный маркетинг;
- г) концентрированный маркетинг.

4. Ограниченный по масштабам вид бизнеса или сфера хозяйственной деятельности с резко очерченным кругом потребителей, высоким спросом на продукцию и низким уровнем конкуренции это:

- а) доля рынка;
- б) сегмент рынка;
- в) региональный маркетинг;
- г) рыночная ниша.

5. Предлагаемый на продажу товар с определенным набором физических свойств, с определенным уровнем качества, марочным названием, упаковкой и дополнительными услугами называется:

- а) товар по замыслу;
- б) товар в реальном исполнении;
- в) товар с подкреплением;
- г) товар в полном смысле.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### *Основная литература*

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583463>
2. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебник для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 308 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21581-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582732>
3. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/598462>

### *Дополнительная литература*

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17986-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584730>
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583876>
3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19913-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583347>

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. <https://elibrary.ru/> – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru) – сайт «Энциклопедия маркетинга», включающий актуальные материалы по маркетинговой проблематике.
5. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – сайт, посвященный проблемам маркетинга и рекламы, содержит новости маркетинга и содержательный словарь. Включает аналитические и исследовательские материалы.
6. <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).

### 2.6.3. Рабочая программа модуля «Теория коммуникации»

**1. Целью модуля «Теория коммуникации»** является формирование у обучающихся компетенции в области коммуникативного знания, принципов построения коммуникации, осуществления и контроля информационного воздействия коммуникации на современное общество.

#### **2. В результате изучения модуля обучающийся должен:**

**Знать:** основные виды, средства, формы и методы коммуникации.

**Уметь:** анализировать теоретические модели коммуникативных процессов, коммуникативных систем различных типов, применяемых в медиа- и коммуникационных продуктах.

**Владеть:** базовыми навыками осуществления коммуникации; основами и правилами коммуникационного взаимодействия в различных профессиональных и языковых средах при создании медиатекстов и медиапродуктов и коммуникационных продуктов, востребованных обществом и индустрией.

**3. Объем модуля.** Всего – 144 часа, в т.ч. теория – 6 часов, практика – 4 часа, самостоятельная работа – 107 часов, контроль – 27 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к учебным занятиям и промежуточной аттестации.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

#### 4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	1	-	18
2	Эволюция теорий коммуникации	1	-	17
3	Коммуникация: содержание, виды, типы	1	1	18
4	Коммуникативный процесс: структура и содержание	1	1	18
5	Эффективность коммуникации	1	1	18
6	Личность в системе социальной коммуникации	1	1	18
<b>Итого:</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>107</b>

## 5. Оценочные материалы

### *Типовой тест*

1. Термин «коммуникация» прежде всего употребляется в смысле:
  - а) специфической формы взаимодействия людей в трудовой деятельности;
  - б) организационной структуры редакции;
  - в) транспортной инфраструктуры;
  - г) процесса создания медиаматериала.
  
2. Коммуникация представляет собой процесс взаимодействия с целью ...
  - а) создавать, передавать и принимать информацию;
  - б) управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории;
  - в) получения материальной прибыли посредством продвижения товаров;
  - г) управления и удовлетворения запросов заказчика.
  
3. Массовой коммуникацией можно называть процесс взаимодействия ...
  - а) с малым количеством людей;
  - б) с большим количеством людей;
  - в) с небольшим количеством людей;
  - г) с узкоспециализированной аудиторией.
  
4. Кодирование как элемент коммуникации представляет собой ...
  - а) перевод идей и замыслов отправителя;
  - б) перевод с языка отправителя на язык получателя;
  - в) перевод на язык коммуникации идей и замыслов отправителя;
  - г) перевод с языка получателя на массовый.
  
5. К социальной коммуникации относится:
  - а) процесс передачи и восприятия информации разным каналам при помощи различных коммуникативных средств;
  - б) сообщения в средствах массовой информации;
  - в) процесс исключительно массового общения;
  - г) процесс исключительно межличностного общения.

## 6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### *Основная литература*

1. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582690>
2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583608>

## *Дополнительная литература*

1. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583756>

2. Бутенина, Е. М. Практикум по межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. М. Бутенина, Т. А. Иванкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14071-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588308>

### **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
4. <https://cyberleninka.ru/> – научная электронная библиотека КиберЛенинка
5. <http://www.advschool.ru/> – Школа рекламиста (исследования, книги, статьи о рекламе, маркетинге, PR и дизайне)

#### **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).

#### **2.6.4. Рабочая программа модуля «Иностранный язык (английский)»**

**1. Целью модуля «Иностранный язык (английский)»** приобретение обучающимися коммуникативной компетенции, уровень которой достаточен для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой и культурной сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего обучения по программам, связанным с изучением английского языка.

#### **2. В результате изучения модуля обучающийся должен:**

**Знать:** грамматические правила, формы и конструкции, лексику английского языка, необходимые для осуществления межличностного общения в рамках определенных разговорно-бытовых тем.

**Уметь:** логично, аргументировано и корректно подготовить устные и письменные высказывания на иностранном языке в межличностном общении и межкультурном взаимодействии.

**Владеть:** навыками использования монологической и диалогической устной и письменной речи в ситуациях межличностного и межкультурного взаимодействия в пределах изученного языкового материала.

**3. Объем модуля.** Всего – 144 часа, в т.ч. теория – 6 часов, практика – 6 часов, самостоятельная работа – 132 часа.

Самостоятельная работа включает подготовку к учебным занятиям и промежуточной аттестации.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

#### 4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Режим дня	2	2	44
2	Домашние обязанности	2	2	44
3	Хобби	2	2	44
<b>Итого:</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	<b>132</b>

#### 5. Оценочные материалы

##### *Типовой тест*

1. Выберите форму множественного числа существительного Cactus:

- а) cactes;
- б) cactuses;
- в) cacti;
- г) cactis;
- д) cactisis.

2. Выберите форму единственного числа существительного Data:

- а) datum;
- б) date;
- в) datas;
- г) dates;
- д) dat.

3. Вставьте нужную форму глагола to be в Present Simple:

1. These trousers \_\_\_\_\_ too long.
2. My hair \_\_\_\_\_ a mess today.
3. My shorts \_\_\_\_\_ too dirty.
4. Be careful. Those scissors \_\_\_\_\_ too sharp.
5. This pair of scissors \_\_\_\_\_ blunt.
6. His new furniture \_\_\_\_\_ very modern.
7. His new clothes \_\_\_\_\_ very smart.
8. The money in the jar \_\_\_\_\_ for the shopping.

4. Подберите к лексическим выражениям по теме Daily routine в левой колонке русские эквиваленты:

1. Daily routine а. принимать душ
2. An early riser б. отдыхать
3. To take a shower с. приводить волосы в порядок
4. To order one's hair д. ранняя пташка
5. To put on make-up е. ежедневные дела
6. To be late for f. наносить макияж
7. To go to work by car г. опаздывать на
8. To have a rest h. ездить на работу на машине

5. Раскройте скобки, употребив глаголы в форме времени Past Simple или Continuous:

1. Does he smoke? – No, but he \_\_\_\_\_ (do) for many years.
2. Jenny \_\_\_\_\_ (cut) the cake and \_\_\_\_\_ (put) a large piece on Betty's plate.
3. He \_\_\_\_\_ (look) at her for a moment with surprise. She \_\_\_\_\_ (not raise/even) her head.
4. \_\_\_\_\_ (be/she) glad to see you? – No, she \_\_\_\_\_ (not smile/even) when she \_\_\_\_\_ (see) me.
5. I \_\_\_\_\_ (think) about his offer until I \_\_\_\_\_ (know) what to do.
6. Robert \_\_\_\_\_ (talk) to some of the other guests on the terrace when Hardy \_\_\_\_\_ (come) in.
7. \_\_\_\_\_ (you/have) a nice chat? – No, he \_\_\_\_\_ (be) rude as usual.
8. It was chaos: around us people \_\_\_\_\_ (talk) German, Italian and English.
9. The house \_\_\_\_\_ (hum) with activity. The family \_\_\_\_\_ (prepare) for the party.

## 6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### *Основная литература*

1. Левченко, В. В. Английский язык. General & Academic English (A2-B1) : учебник для вузов / В. В. Левченко, Е. Е. Долгалёва, О. В. Мещерякова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16156-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583810>
2. Архипович, Т. П. Английский язык для гуманитариев (B1) : учебник и практикум для вузов / Т. П. Архипович, В. А. Короткова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 746 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17589-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589432>
3. Кузьменкова, Ю. Б. Английский язык (A2–B2) : учебник и практикум для вузов / Ю. Б. Кузьменкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15064-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582721>

### *Дополнительная литература*

1. Цатурян, М. М. Английский язык. Домашнее чтение : учебник для вузов / М. М. Цатурян. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 214 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01392-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584421>
2. Кожарская, Е. Э. Английский язык: лексика. Начальный уровень (A2-B2) : учебник для вузов / Е. Э. Кожарская, А. С. Изволенская ; под редакцией Л. В. Полубиченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16357-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586556>

3. Минаева, Л. В. Английский язык. Навыки устной речи (I am all Ears!) : учебник для вузов / Л. В. Минаева, М. В. Луканина, В. В. Варченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16751-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585558>

4. Токарева, Н. Д. Английский язык (A2–B2). Страноведение: Россия. Russia as it is : учебник для вузов / Н. Д. Токарева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 297 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08838-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586706>

5. Комарова, А. И. Английский язык. Страноведение : учебник для вузов / А. И. Комарова, И. Ю. Окс, В. В. Колосовская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 456 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11328-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586065>

## 7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
2. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
3. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент
4. [http://elibrary.ru/org\\_titles.asp?orgsid=14364](http://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364) – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
5. <http://www.focusenglish.com> – Информационная система Everyday English in Conversation
6. [https://academic.oup.com/journals/pages/social\\_sciences](https://academic.oup.com/journals/pages/social_sciences) – База данных Oxford Journals Оксфордская открытая инициатива включает полный и факультативный открытый доступ к более, чем 100 журналам, выбранным из каждой предметной области
7. <https://dictionary.cambridge.org/ru/> – On line словарь и тезаурус Cambridge Dictionary

### **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).

### **2.6.5. Рабочая программа модуля «Лидерство и командная работа»**

1. Целью модуля «Лидерство и командная работа» является формирование у обучающихся представлений о психологических аспектах лидерства, особенностях личностного влияния и управления другими людьми, принципах формирования команды и ее успешное функционирование.

#### **2. В результате изучения модуля обучающийся должен:**

**Знать:** основные теории и стратегии взаимодействия людей в команде; основы персональной и командной ответственности.

**Уметь:** анализировать ситуации и организовывать взаимодействие для достижения командных результатов; распределять роли в команде с учетом персональной ответственности.

**Владеть:** современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение членов команды; навыками применения полученных знаний в своей профессиональной деятельности с целью повышения ее эффективности.

**3. Объем модуля.** Всего – 108 часов, в т.ч. теория – 6 часов, практика – 2 часа, самостоятельная работа – 100 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к учебным занятиям и промежуточной аттестации.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

#### 4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Личностная идентификация лидера	1	-	20
2	Селф-менеджмент лидера	1	-	20
3	Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами	1	-	20
4	Формирование команды	2	2	20
5	Динамика межличностных конфликтов	1	-	20
<b>Итого:</b>		<b>6</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

#### 5. Оценочные материалы

##### *Типовой тест*

1. Достижение эффекта личного притяжения является \_\_\_\_\_ управления впечатлением:

- а) задачей;
- б) инструментом;
- в) предметом;
- г) целью.

2. К предпосылкам сплоченности можно отнести:

- а) наличие общей территории;
- б) совместимость;
- в) совместную деятельность членов группы;
- г) срабатываемость.

3. Наличие таких базовых навыков, развитие которых позволит стать эффективным лидером с наименьшими усилиями или в более короткий срок, называют:

- а) лидерским потенциалом;
- б) лидерскими способностями;
- в) лидерскими умениями.

4. Свойство группы, связанное с ценностно-ориентационным единством и предметно-ценностным единством:

- а) коллективность;
- б) сплоченность;
- в) дружба;
- г) осознанность.

5. Метод, направленный на изучение социально-психологического климата, характера отношений и структуры коллектива, позволяющий выявить лидера:

- а) наблюдение;
- б) проективный метод;
- в) социометрия;
- г) самооценочный опросник.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### *Основная литература*

1. Спивак, В. А. Лидерство : учебник для вузов / В. А. Спивак. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17456-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583187>

2. Корниенко, В. И. Командообразование : учебник для вузов / В. И. Корниенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14723-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588859>

### *Дополнительная литература*

1. Ильин, В. А. Психология лидерства : учебник для вузов / В. А. Ильин. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01559-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583071>

2. Селезнева, Е. В. Лидерство : учебник и практикум для вузов / Е. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21641-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582930>

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

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. <http://www.improvement.ru/> - Официальный сайт тайм-менеджерского сообщества
5. <https://student2.consultant.ru> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент

### **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).

### 2.6.6. Рабочая программа модуля «Основы рекламной деятельности»

**1. Целью модуля «Основы рекламной деятельности»** является формирование у обучающихся представления о характере, целях, задачах, направлениях профессиональной деятельности интернет-маркетолога, социальной роли интернет-маркетинга как направления профессиональной деятельности; формирование готовности обучающихся к профессиональной деятельности в сфере разработки и реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

#### 2. В результате изучения модуля обучающийся должен:

**Знать:** основы рекламной и маркетинговой деятельности.

**Уметь:** осуществлять сбор и анализировать маркетинговую информацию.

**Владеть:** навыком определения направленности маркетинговых исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», их видов, эффективности применяемых в исследовании методов.

**3. Объем модуля.** Всего – 108 часов, в т.ч. теория – 6 часов, практика – 2 часа, самостоятельная работа – 100 часов.

Самостоятельная работа включает подготовку к учебным занятиям и промежуточной аттестации.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

### 4. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем	Контактная работа		Самостоятельная работа
		Теория	Практика	
1	Интернет-маркетинг как вид профессиональной деятельности	-	-	14
2	Профессия «интернет-маркетолог»: понятие, сущность и содержание	1	1	14
3	Интернет-маркетинг как специальность	1	-	14
4	Личность интернет-маркетолога	1	1	14
5	Профессиональное поведение интернет-маркетолога	1	-	14
6	Маркетологическое образование	1	-	15
7	Наука маркетинга	1	-	15
<b>Итого:</b>		<b>6</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

### 5. Оценочные материалы

#### *Типовой тест*

1. Интернет-маркетинг – это...

а) практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью управления взаимоотношениями с покупателями продукта;

б) практика использования традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям;

в) практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управления взаимоотношениями с ними.

2. Производить то, что хочет покупатель и то, что он может купить в данный момент времени – это...

а) идея маркетинга;

б) цель маркетинга;

в) функция маркетинга;

г) стратегия маркетинга.

3. Маркетинговое исследование — это:

а) сбор, упорядочение, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем;

б) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;

в) исследование маркетинга.

4. Не верным является высказывание:

а) интернет-маркетинг – включает комплекс мер в среде интернет по развитию бизнеса;

б) интернет-маркетинг – включает комплекс мер по привлечению и удержанию клиентов посредством интернета;

в) интернет-маркетинг один из синонимов понятия "электронная коммерция";

г) интернет-маркетинг включает комплекс мер по исследованию интернета для оценки и анализа рынков — с помощью онлайн-опросов.

5. Аналитическая функция маркетинга не включает:

а) изучение потребителей;

б) изучение внутренней среды компании;

в) изучение конкурентов;

г) информационное обеспечение маркетинга.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

*Нормативные правовые акты и иные документы (доступно по ссылке*

<http://pravo.gov.ru>)

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с последующими изм.) // Российская газета. - 1993. - 25 декабря.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть I) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 1994. - № 32. - Ст. 3301.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть II) от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 1996. - № 5. - Ст. 410.

4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть III) от 26 ноября 2001 г. № 146-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2001. - № 49. - Ст. 4552.

5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть IV) от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2006. - № 52 (ч. 1). - Ст. 5496.

6. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» — Текст : электронный // Официальный интернет-портал правовой информации [сайт]. — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201805070038>

7. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» — Текст : электронный // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [сайт]. — URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>

### *Основная литература*

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582971>

2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584368>

3. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20372-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559733>

### *Дополнительная литература*

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507921>

2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583022>

3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582970>

4. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебник для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563613>

5. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583434>

6. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583434>

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

1. <http://pravo.gov.ru> – Государственная система правовой информации «Законодательство России»
2. <http://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php> – База данных Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы»
3. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»

### **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).

## **2.7. Методические материалы**

### **Образовательные технологии**

Учебный процесс при преподавании модуля основывается на использовании информационных образовательных технологий. Обучение с использованием технических средств применяется при проведении занятий, а также для организации индивидуальной самостоятельной работы участников образовательного процесса, для организации дистанционного обучения. Учебные материалы, размещенные в ЭИОС, могут просматриваться обучающимися в любое время через глобальную сеть Интернет. Содержание модуля излагается последовательно, сочетая теоретический материал с конкретными примерами, раскрывается практическое значение излагаемых теоретических положений.

### **Самостоятельная работа обучающихся**

Самостоятельная работа обучающихся – это процесс активного, целенаправленного приобретения обучающимся новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов его деятельности.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности обучающихся, 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 обучающихся в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Самостоятельная работа обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательной организации.

Контроль результатов самостоятельной работы обучающихся может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Работа с Интернет-ресурсами позволяет активизировать самостоятельную деятельность обучающихся при подготовке докладов и в процессе выполнения письменных заданий.

Размещенную в сети Интернет информацию можно разделить на три основные группы:

- справочная (электронные библиотеки и энциклопедии);
- научная (тексты книг, материалы газет и журналов);
- учебная (методические разработки, рефераты).

Наиболее значимыми являются электронные библиотеки. Электронные библиотеки обеспечивают доступ к полным текстам учебников, учебных, учебно-методических пособий, справочников, энциклопедий и пр.

Институт международных экономических связей (ИМЭС) подключен к Электронно-библиотечной системе «Университетская библиотека онлайн» (<http://www.biblioclub.ru/>).

ИМЭС также обеспечивает широкий доступ обучающихся к отечественным и зарубежным изданиям через электронно-образовательную систему ЮРАЙТ (<https://urait.ru/>).

Для пользования данными ресурсами обучающиеся регистрируются на указанных порталах.

### **Раздел 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ**

#### **3.1. Кадровые условия**

Педагогическая деятельность по реализации дополнительной общеобразовательной программы осуществляется лицами, имеющими среднее профессиональное или высшее образование (в том числе по направлениям, соответствующим направлениям дополнительных общеобразовательных программ, реализуемых организацией, осуществляющей образовательную деятельность)<sup>2</sup> и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам.

---

<sup>2</sup> Пункт 3.1 профессионального стандарта "Педагог дополнительного образования детей и взрослых", утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 22 сентября 2021 г. N 6528н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации от 17 декабря 2021 г. N 66403).

Институт вправе привлекать к занятию педагогической деятельностью по дополнительным общеобразовательным программам лиц, обучающихся по образовательным программам высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, соответствующим направленности дополнительных общеобразовательных программ, и успешно прошедших промежуточную аттестацию не менее чем за два года обучения. Соответствие образовательной программы высшего образования направленности дополнительной общеобразовательной программы определяется Институтом.

### **3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение**

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным модулям.

Обучающимся обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронной библиотеке и электронной информационно-образовательной среде организации.

Институт обеспечен подключением к электронной библиотечной системе «Университетская библиотека онлайн» (<http://www.biblioclub.ru/>).

ИМЭС обеспечивает широкий доступ обучающихся к отечественным и зарубежным изданиям через электронно-образовательную систему ЮРАЙТ (<https://urait.ru/>).

Обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, в частности к информационной справочной системе «Консультант Плюс» и др.

### **3.3. Материально-техническое обеспечение**

Институт международных экономических связей располагает необходимой материально-технической базой, обеспечивающей реализацию дополнительной общеобразовательной Международной программы «Введение в рекламную деятельность», проведение всех модулей и самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных учебным планом и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Для обеспечения учебного процесса по данной образовательной программе используются учебные аудитории, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах модулей, в т.ч. оборудованные современным мультимедийным (экранами, проекторами, ноутбуками) и другим учебным оборудованием с выходом в Интернет для проведения учебных занятий, предусмотренных программой.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

В Институте действуют две беспроводные сети Wi-Fi: для работы административно-управленческого персонала — 1 ед. и для организации учебного процесса — 1 ед.

Институт имеет канал для доступа в Интернет. Всем пользователям предоставлена возможность использовать интернет-сервисы: веб, электронная почта, обмен сообщениями.

Все персональные компьютеры оснащены лицензионным программным обеспечением (в том числе Microsoft Office, Microsoft Windows) и имеют доступ к электронным библиотечным системам и выходом в сеть Internet.

Институт располагает мультимедийными проекторами, которые задействованы в лекционных аудиториях и оборудованы звуковыми колонками и 1 компактный мобильный с возможностью подключения по беспроводной сети Wi-Fi для использования в мастер-классах, выставках и презентациях.

Для самостоятельной работы обучающихся используются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института.

Институт обеспечен материально-техническими условиями, обеспечивающими возможность беспрепятственного доступа поступающих с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов в аудитории, столовую, туалетные комнаты и другие помещения, а также пребывания в указанных помещениях (в том числе наличия пандусов, поручней, расширенных дверных проемов).

На сайте ИМЭС имеется специальный раздел об условиях обучения лиц инвалидов и лиц с ОВЗ.

Имеется версия официального сайта ИМЭС для слабовидящих (для инвалидов и лиц с ОВЗ по зрению).

Для всех обучающихся обеспечен неограниченный доступ к учебным планам, рабочим программам модулей, программам практик, к ресурсам электронных библиотечных систем и другим материалам, обеспечивающим реализацию образовательных программ через электронные информационные ресурсы. К электронным библиотечным системам обеспечен индивидуальный неограниченный доступ каждого обучающегося.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен в рабочих программах модулей.

#### **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).

### **3.4. Финансовые условия реализации**

Финансовое обеспечение реализации программы осуществляется на основе сметы доходов и расходов в расчете на человека по данной образовательной программе с учетом форм обучения, образовательных технологий, обеспечения безопасных условий обучения, охраны здоровья обучающихся, а также с учетом иных предусмотренных Законом об образовании особенностей организации и осуществления образовательных услуг (для различных категорий обучающихся).