

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной и  
методической работе

/Шубаева В.Г./

«30» июня 2018 г.

**СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью в бизнесе
Уровень образования	высшего бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:

Данилова Н.И. к.соц.н., доцент Данилова Н.И.

Санкт-Петербург  
2018

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ....	3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА .....	6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ .....	6
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины .....	6
7.2. Организация самостоятельной работы .....	7
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	7
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	9
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	9
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса.....	10
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....	10
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	11

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цель дисциплины:

Целью освоения дисциплины является освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области социологии массовых коммуникаций и реализация их в своей профессиональной деятельности.

### Задачи:

- освоение социологического инструментария для исследовании коммуникативных процессов, происходящих в информационном обществе;
- изучение процессов взаимодействия СМК и общества;
- изучение эффектов воздействия СМК и способы их прогнозирования.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Б "Социология массовых коммуникаций" относится к базовой части Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля) программы.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
ОПК-4: Умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Второй уровень (углубленный) (ОПК-4) –2	Знать: основное содержание коммуникационной кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью в различных сферах и бизнес-структурах 32(ОПК-4) Уметь: использовать различные подходы при решении задач, связанных с разработкой коммуникационных кампаний и мероприятий в рекламной деятельности и связях с общественностью в контексте поставленной задачи У2 (ОПК-4) Владеть: навыками планирования и организации коммуникационной кампании, разработки сценариев мероприятий в различных бизнес-структурах В2(ОПК-4)
ПК-10: Способностью организовывать и проводить социологические исследования	ПК-10	Знать: принципы, методы, формы и инструменты социологических исследований, а также методы изучения субъектов и процессов коммуникации; методики социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; методики анализа результатов социологических исследований. 3(ПК-10). Уметь: выбирать релевантные методики социологических исследований для конкретных профессиональных целей; проводить социологические

		исследования в конкретной предметной области; понимать результаты социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью У(ПК-10).
--	--	---

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен- 6 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1;

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
Тема 1. Введение в социологию массовых коммуникаций	5	4		9
Тема 2. Роль массовой коммуникации в современном мире	5	4		9
Тема 3. Социологические теории массовой коммуникации	5	4		9
Тема 4. СМК и общество	5	4		9
Тема 5. Правовые и экономические основы функционирования СМК	5	4		9
Тема 6. Субъекты СМК. Аудитория СМК	5	4		9
Тема 7. Интернет как средство массовой коммуникации	5	4		9
Тема 8. СМК и общественное мнение. Социологический инструментарий исследования СМК	5	4		9
<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>40</b>	<b>32</b>		<b>72</b>

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

##### Тема 1. Введение в социологию массовых коммуникаций

Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход; Разнообразие подходов к понятию «коммуникация». Коммуникация как особый вид социальных практик. Составляющие коммуникационного процесса: процесс передачи информации, канал передачи информации, взаимодействие между источником и получателем информации. Виды коммуникации: межличностная, групповая, массовая. Ключевые характеристики массовой коммуникации. Различные определения понятия «массовая коммуникация». Хронология становления феномена массовой коммуникации. Возникновение особых коммуникативных процессов, видов деятельности и структур, призванных целенаправленно формировать мифологемы и образы через средства массовой коммуникации.

##### Тема 2. Роль массовой коммуникации в современном мире

Массовая коммуникация в современном мире. Роль средств массовой информации. Роль коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума; коммуникации как способ формирования целей развития; технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации. СМК как

социальная подсистема; факторы отбора информации в реальной деятельности информационных органов: профессиональные факторы, факторы групп интересов; СМИ и власть, понятие «четвертой власти»; понятие информационной безопасности. Факторы, ведущие к росту значимости средств массовой информации в современном мире. Роль средств массовой информации в формировании картины мира. СМИ как мощнейший информационный ресурс. СМК как индустрия.

### **Тема 3. Социологические теории массовой коммуникации**

Динамика представлений социологов на роль СМК в жизни индивида; тоталитарная и демократическая модель взаимоотношений; теоретические модели – одноступенчатая и двухступенчатая; понятие «лидера мнений»; соотношение проблемы формирования и выражения общественного мнения.

Основные модели коммуникации. Ключевые социологические теории массовой коммуникации. Системный подход в социологии.

### **Тема 4. СМК и общество**

Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных социальных субъектов; формы регуляции отношений: законодательство, профессиональные кодексы этики, неформализованные способы; влияние форм собственности на деятельность информационных органов; гарантии плюрализма мнений, проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала; коммерческая, политическая и социальная реклама в средствах массовой информации.

Различные подходы к природе взаимоотношений СМК и социума. СМИ – общественный институт.

### **Тема 5. Правовые и экономические основы функционирования СМК**

Факторы формирования медиасреды. Влияние технологического прогресса на восприятие медиасреды аудиторией. Формирование зависимости индивида от продуктов масс-медиа. Факторы влияющие на трансформацию медиасреды: социальный и технологический. Тенденции медийного пространства: развитие интернета и цифровых технологий. Медиаэкономика. Изучение зависимости использования ресурсов масс-медиа для удовлетворения потребностей аудитории. СМИ как инструмент управления общественным спросом (через рекламу, маркетинг и масс-медиа). Медиапотребление как практика использования продуктов масс-медиа.

### **Тема 6. Субъекты СМК. Аудитория СМК**

Коммуникатор и социологические способы его изучения, содержание информации и методика его анализа, исследование аудитории – соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов, электронные способы измерения аудитории, проблема рейтинга аудитории; исследования функций СМК: эмпирический и теоретический анализ, социальные функции массовой коммуникации; проблема эффектов и эффективности, цели коммуникатора и цели аудитории, способы измерения эффектов и эффективности коммуникации; потребление информации аудиторией: факторы и барьеры. Особенности аудитории различных средств массовой коммуникации. Целевая и нецелевая аудитории различных видов СМИ. Качественно-количественные характеристики аудитории: объем или величина, возрастные особенности, уровень образования, структура аудитории. Модели восприятия разных форм подачи информации аудиторией. Аудитория как товар СМИ.

### **Тема 7. Интернет как средство массовой коммуникации**

История создания интернета. Ключевые особенности социологического изучения интернета как средства массовой коммуникации. Социальные функции интернет-СМИ: коммуникативная, информационная, социально-ориентирующая, социально-креативная, развлекательная, контролирующая. Особенности интернет СМИ. Особенности взаимодействия интернет СМИ с аудиторией. Интернет как новый ресурс для создания особого типа информационного пространства.

## **Тема 8. СМК и общественное мнение. Социологический инструментарий исследования СМК**

Средства массовой информации и общественное мнение; роль в механизме функционирования демократии; взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения; опросы общественного мнения в прессе как текст; профессиональные требования к публикации опросов; влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида. Традиционные социологические методики исследования контента СМК: контент-анализ, мониторинг, анкетирование, опросы, эксперимент.

## **6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА**

Таблица 6.1 – Практические занятия/Семинарские занятия/Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия/ Оценочное средство
1	2	3
Тема 1.	Массовые коммуникации: история и современность	ПЗ: Доклад-сообщение
Тема 2.	Развитие коммуникации в современном обществе	ПЗ: Доклад-сообщение
Тема 3.	Социокультурные теории массовой коммуникации	ПЗ: Контрольная работа
Тема 4.	Массовая коммуникация как социальный институт. Социальные институты общества	ПЗ: Выступление с презентациями
Тема 5.	Нормативно-правовое регулирование деятельности современной российской системы массовой коммуникации	ПЗ: Круглый стол
Тема 6.	Субъекты социологии массовой коммуникации. Аудитория социологии массовой коммуникации	ПЗ: Творческое задание
Тема 7.	Интернет в системе средств массовой коммуникации	ПЗ: Решение кейсов
Тема 8.	Социологическое исследование массовой коммуникации. Структура социологического исследования	ПЗ: Защита проектов

\*ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

## **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

### **7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины**

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;

- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

## 7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
1,2,4,5,7,8	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
3	Подготовка к контрольной точке №1 Выполнение контрольной работы.
6	Подготовка к контрольной точке №2 Выполнение индивидуальных творческих заданий.
1-8	Подготовка к проверке знаний на экзамене.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

## 8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Социология массовых коммуникаций» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- кейс-технологии (тема 7);
- круглый стол (тема №5).
- защита проектов (8)
- презентации (тема 4)
- доклад-сообщение (тема 1,2)
- лекция-дискуссия (тема №1,3);
- творческое задание (тема 6)
- контрольная работа (тема 3)

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные методы

обучения:

**Доклад-сообщение** - выступление, содержащее научную информацию. Оптимальное время доклада — 5-10 минут. Докладчик кратко излагает историю вопроса и информирует слушателей о том, какой материал был использован при подготовке доклада. Основная часть доклада содержит рассуждения автора, касающиеся избранной проблемы, изложение собственной точки зрения, которую докладчик обосновывает, используя различные способы доказательств: приводит аналогичные примеры, цитирует высказывания видных ученых, общественных деятелей, ставит вопросы, использует примеры из жизненного опыта слушателей. В заключительной части обобщается сказанное, формулируются выводы и предложения.

**Кейс-технологии.** Включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии. Кейс – разновидность производственной или экономической ситуации, специально сформулированной преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися.

**Круглый стол** – практическое занятие, в основе его заложены несколько различных точек зрения на один и тот же вопрос, в результате обсуждения которых участники приходят к приемлемым для каждого из них позициям и решениям. Современный образовательный метод по сути своей является «проблемно-ориентированным подходом к обучению и позволяет сфокусировать внимание студентов на анализе и разрешении какой-либо конкретной проблемной ситуации». Цель круглого стола – повышение творческого потенциала, высококачественная модификация академической работы обучающегося, мотивирование к созданию независимой академической деятельности. По окончании обсуждения усваивают знания, что дает основу для понимания последующих тем программы.

В ходе круглого стола можно решить следующие педагогические задачи через формирование навыков:

- активного слушания и коммуникации:
- умения выслушать различные точки зрения;
- умения отстаивать собственную точку зрения;
- критического мышления и прогнозирования:
- нахождение значимой информации;
- критическая оценка доказательств;
- сотрудничества и позитивного разрешения проблемы;
- участия в работе групп, решающих общественно значимые проблемы.

**Защита проектов.** В процессе подготовки к практическому занятию в форме защиты проектов студенты за 2 недели до занятия получают задание на решение тематической задачи на фоне конкретной организации, оформление которого осуществляется в форме презентации. Организацию студент выбирает самостоятельно. На практическом занятии студенты представляют презентации своих проектов. Время на представление проекта и его обсуждение отводится до 15 минут

**Лекции-дискуссии.** В ходе такой лекции преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Происходит взаимодействие преподавателя и учащихся, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу. Данный вид занятия позволяет активизировать познавательную деятельность аудитории, позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых слушателей. Обучающимся предлагается проанализировать и обсудить конкретные ситуации, материал. По ходу лекции - дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде



ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает коротко обсудить, затем дать краткий анализ.

**Презентации** - документ или комплект документов, предназначенный для представления проекта, продукта и т.п.. Цель презентации — донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме. Презентация может представлять собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда (но не обязательно всё вместе), которые организованы в единую среду. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации.

**Творческое задание** – Данные задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов. Данный вид заданий дает возможность найти свое собственное «правильное» решение. Выполнение творческих заданий требуют от обучающегося воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода: подборка примеров из практики; подборка материала по определенной проблеме и т.п. Важно, чтобы обучающийся научился структурировать, анализировать, сопоставлять материал, а также сравнить изложение изучаемой темы разных авторов, и обосновать свои предложения о наиболее целесообразной форме представления материала.

**Контрольная работа** - это наиболее традиционный способ оценки знаний. Используется как средство для установления эффективности осуществления образовательной деятельности.

## 9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 512 с.	основная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
<a href="#">Коноваленко М.Ю.</a> Психология рекламы и пр [Электронный ресурс] : Учебник / Коноваленко М.Ю., Ясин М.И. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 393 с.	основная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
<a href="#">Гуревич П.С.</a> Социология и психология рекламы [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Гуревич П.С. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с.	дополнительная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» : ВО – Бакалавриат / Н.Д.Эриашвили и др. — 1. — Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. — 240 с.	дополнительная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
---	-------------------

1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – <a href="http://www.grebennikon.ru">www.grebennikon.ru</a>
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – <a href="http://www.cyberleninka.ru">www.cyberleninka.ru</a>
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – <a href="http://www.oecd-ilibrary.org">www.oecd-ilibrary.org</a>

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– <a href="http://orac.unicon.ru">orac.unicon.ru</a>

## 9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

## 10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

## **11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).