

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

/Шубаева В.Г./

«20» июня 2018 г.

КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

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:

 / к.ф.н., доцент Пряжина А.В.

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 ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	5
6.	ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА.....	6
7.	МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	7
7.1.	МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
7.2.	ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ	7
8.	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	8
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	11
11.	ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: изучение основ управления коммуникациями компании, как субъекта социального взаимодействия в контексте решения задач по созданию эффективной коммуникационной структуры организации

Задачи:

- ознакомление с историей становления и развития коммуникационного менеджмента за рубежом и в России;
- определение места, роли и функций коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности;
- изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования;
- рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций;
- поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов;
- оценка разнообразия коммуникационных технологий в арт-бизнесе;
- разработка конкретного арт-проекта с целью повышения эффективности управления арт-коммуникациями;
- исследование особенностей формирования имиджа менеджера и корпорации (организации);
- разработка рекомендаций, способствующих решению сложных задач, стоящих перед современными руководителями в разных сферах коммуникационной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ «Коммуникационный менеджмент» относится к выборным дисциплинам Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся после их выбора.

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)
ПК-6 Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и	Второй уровень (углубленный) (ПК-6) –2	Декомпозиция II Знать: современные теоретико-прикладные аспекты построения эффективной коммуникационной инфраструктуры организации в сфере бизнеса 32 (II) (ПК-6) Уметь: использовать знание современных теоретико-прикладных аспектов коммуникационных процессов, лежащих в основе комплексного подхода в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, в профессиональной деятельности

внешней коммуникации		специалиста по рекламе и связям с общественностью У2 (II) (ПК-6). Владеть: коммуникационными методами разрешения кризисных ситуаций как во внутренней, так и во внешней среде в различных сферах бизнеса В2 (II) (ПК-6)
ПК-7 Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Третий уровень (продвинутый) (ПК-7) –3	Знать: современные подходы к содержанию коммуникационной кампании и классификацию мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью З3(ПК-7). Уметь: использовать современные подходы к содержанию коммуникационной кампании при решении задач, связанных с планированием, подготовкой и проведением коммуникационных кампаний и мероприятий в рекламной деятельности и связях с общественностью У3(ПК-7). Владеть: современными управленческими методами планирования, подготовки и проведения коммуникационной кампании и мероприятий в сфере связей с общественностью В3(ПК-7)
ПК-13 Способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Третий уровень (продвинутый) (ПК-13) –3	Знать: морально-этические и правовые аспекты рекламных кампаний и рекламных мероприятий З3(ПК-13). Уметь: давать морально-этическую и правовую оценку разрабатываемой рекламной кампании или рекламного мероприятия У3(ПК-13). Владеть: управленческими навыками организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий в контексте соблюдения морально-этических и правовых норм В3(ПК-13).

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 7 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. Предмет цель и задачи курса «Коммуникационный менеджмент»	4	4		8
Тема 2. Коммуникативное пространство как средство создания эффективной коммуникационной структуры организации и ее PR – деятельности.	2	4		8
Тема 3. Коммуникационный менеджмент как процесс управления рекламными компаниями и мероприятиями.	4	4		8
Тема 4. Информационно-аналитическая работа в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием коммуникационного менеджмента	2	4		8

Тема 5. Модульные технологии и создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	2	4		8
Тема 6. Коммуникационное сопровождение коммуникационных кампаний и мероприятий	2	4		8
Тема 7. Особенности управления рекламными кампаниями и мероприятиями в крупной компании.	2	2		6
Тема 8. Особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в мультикультурной среде.	2	2		6
Всего по дисциплине:	20	28		60

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

5. СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение. Предмет цель и задачи курса «Коммуникационный менеджмент»

Цель, предмет, задачи и структура курса. Взаимосвязь дисциплины с другими учебными дисциплинами. Роль дисциплины в профессиональном становлении специалиста по связям с общественностью. Условия качественного усвоения курса. Методические рекомендации по изучению дисциплины. Суть коммуникационного менеджмента, сфера его применения в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; характеристика основных участников.

Тема 2. Коммуникативное пространство как средство создания эффективной коммуникационной структуры организации и ее PR – деятельности.

Понятие коммуникативного пространства организации и отдела рекламы. Коммуникативная модель PR – технологий. Визуальная и событийная коммуникация. Коммуникация и распространение информации в обществе. Лидеры мнений. Диффузная теория. Современные теоретико-прикладные аспекты построения эффективной коммуникационной инфраструктуры организации в сфере бизнеса.

Тема 3. Коммуникационный менеджмент как процесс управления рекламными компаниями и мероприятиями.

Понятие информации. Классификация и виды информации. Источники информации, базы и банки данных. Информационные ресурсы и информационное поле. Информация как основа стратегических коммуникаций. Средства и методы управления информационными потоками. Сбор анализ и обработка управленческой информации. Роль и место связей с общественностью в структуре управления коммуникационной инфраструктурой организации и отдела рекламы в ней. Коммуникационная политика и кампания организации.

Тема 4. Информационно-аналитическая работа в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием коммуникационного менеджмента

Информационно-коммуникативное обеспечение в коммуникационном менеджменте как цель информационно-аналитической работы. Сферы информационно-аналитической работы в коммуникационном менеджменте и стратегических коммуникациях. Содержание информационно-аналитической работы в коммуникационном менеджменте. Методы сбора информации. Качественные и количественные исследования. современные подходы к классификации. Использование инструментов контроля, а также информационного и технологического сопровождения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью в контексте поставленной задачи.

Тема 5. Модульные технологии и создания эффективной коммуникационной

инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Понятие модульных технологий. Функции модульных технологий. Принципы реализации модульных технологий. Содержание основных модулей PR-проекта. Сущность и основные направления реализации коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью

Тема 6. Коммуникационное сопровождение коммуникационных кампаний и мероприятий

Понятие управленческого решения и виды его обеспечения. Информационно-коммуникативное обеспечение управленческого решения. Факторы качества управленческого решения. Операциональное содержание управленческого решения. Сущность и содержание коммуникационного сопровождения управленческого решения. Организация эффективного контроля, а также информационного и технологического сопровождения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью

Тема 7. Особенности управления рекламными кампаниями и мероприятиями в крупной компании.

Крупные промышленные корпорации как субъекты PR-деятельности. Стратегия и тактика коммуникационной политики. Особенности формирования информационного потока. Формирование имиджа и репутации. Взаимоотношения со СМИ. Работа с государственными и общественными институтами. Элементы лоббизма. Внутрикorporативные коммуникации. Коммуникационная поддержка социально ответственной политики. Анализ и оценка деятельности отдела по рекламе, маркетингового отдела и рекламного агентства в крупной промышленной корпорации.

Тема 8. Особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в мультикультурной среде.

Глобализация PR-деятельности и ее причины. Компоненты национальных культур: культурные ценности, материальная среда, институциональная среда. Влияние культурных особенностей целевых аудиторий на характеристики коммуникации. Типы культур и их коммуникативные особенности. Культуры, ориентированные на задачу. Культуры, ориентированные на уважение. Культуры, ориентированные на людей. Характеристика Западной и Восточной деловых культур. Алгоритм выбора типа коммуникационной стратегии с различными культурными аудиториями. Национальные социокультурные особенности функционирования в организациях отделов по рекламе и маркетинговых отделов, а также рекламных агентств

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия /Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1	Предмет цель и задачи курса «Коммуникационный менеджмент»	СЗ: дискуссия
2	Коммуникативное пространство как средство создания эффективной коммуникационной структуры организации и ее PR – деятельности.	ПЗ: доклад
3	Коммуникационный менеджмент как процесс управления рекламными компаниями и мероприятиями.	ПЗ: контрольная работа/КТ 1
4	Информационно-аналитическая работа в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием коммуникационного менеджмента	ПЗ доклад
5	Модульные технологии и создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	ПЗ доклад

6	Коммуникационное сопровождение коммуникационных кампаний и мероприятий	СЗ круглый стол
7	Особенности управления рекламными кампаниями и мероприятиями в крупной компании.	ПЗ доклад
8	Особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в мультикультурной среде.	ПЗ доклад с презентацией /КТ-2

*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
1-8	Подготовка к практическим и семинарским занятиям по дисциплине.
1-8	Выполнение заданий по темам дисциплины
1-3	Подготовка к контрольной точке №1 «Контрольная работа»
4-8	Подготовка к контрольной точке №2 «Доклад с презентацией»

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

Методические рекомендации включают в себя все виды самостоятельной работы, предусмотренные для успешного освоения дисциплины.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

лекция-дискуссия (тема №2);

проблемная лекция (тема №_5);

круглый стол (тема № 6)

Лекция-дискуссия. Дискуссия – это взаимодействие преподавателя и учащегося, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу. Это оживляет учебный процесс, активизирует познавательную деятельность аудитории и, что очень важно, позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых обучаемых. Эффект достигается только при правильном подборе вопросов для дискуссии и умелом, целенаправленном управлении ею. Так же можно предложить слушателям проанализировать и обсудить конкретные ситуации, материал.

По ходу лекции-дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает студентам коротко обсудить, затем краткий анализ, выводы и лекция продолжается.

Положительным в дискуссии является, то, что обучаемые соглашались с точкой зрения преподавателя с большой охотой, скорее в ходе дискуссии, нежели во время беседы, когда преподаватель лишь указывает на необходимость принять его позицию по обсуждаемому вопросу.

Данный метод позволяет преподавателю видеть, насколько эффективно слушатели используют полученные знания в ходе дискуссии. Отрицательное же то, что обучаемые могут неправильно определять для себя область изучения или не уметь успешно обсуждать возникающие проблемы. Поэтому в целом занятие может оказаться запутанным. Слушатели в этом случае могут укрепиться в собственном мнении, а не изменить его. Выбор вопросов для активизации учащихся и темы для обсуждения, составляется самим преподавателем в зависимости от конкретных дидактических задач, которые преподаватель ставит перед собой для данной аудитории.

Проблемная лекция. В отличие от информационной лекции, на которой студенты получают интерпретированную преподавателем информацию, на проблемной лекции, новый теоретический материал подается как неизвестное, которое необходимо открыть, решил вши проблемную ситуацию Задача педагога заключается в необходимости

прогнозировать проблемную стратегию обучения, обеспечить участие студентов в анализе возникшего противоречия, привлекать их к решению проблемных ситуаций, учить выдвигать оригинальные пути их решения, учить анализировать полученную новую информацию в свете известных теорий, выдвигать гипотезы и использовать различные методы для их решения. На проблемной лекции привлечение студентов к активной деятельности осуществляется преподавателем с помощью создания проблемных ситуаций

Проблемная ситуация - ситуация, для овладения которой отдельный субъект (или коллектив) должен найти и применить новые для себя знания или образ действий * В проблемном вопросе, в проблемной ситуации всегда это должна иметь место противоречие, например: противоречие между теоретически возможным способом решения задачи и его практической нецелесообразностью, отсутствием методов анализа и обработки реально существующих фактов, противоречие между научными фактами и житейскими представлениями студентов.

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

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
Емельянов С.М. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / С.М.Емельянов, А.В.Пряхина. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2017. — 90 с. : табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unicon.ru .	основная	35	ЭБ OPAC.UNECON.RU
Стружинская Н.Н. Коммуникационный менеджмент: Конспект лекций для специальности 030602 Связи с общественностью / Кафедра связей с общественностью и массовых коммуникаций	основная	13	ЭБ OPAC.UNECON.RU

СПб: СПбГИЭУ, 2010. - 70 с. — Сведения доступны также по Интернету: oras.unescon.ru .			
Коноваленко В.А. . Основы интегрированных коммуникаций : Учебник и практикум / Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2019 .— 486 с.	дополнительная	-	ЭБС Юрайт
Емельянов С.М. . Управление конфликтами в организации: Учебник и практикум / С. М. Емельянов .— 2-е изд., испр. и доп .— Электрон. дан. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 .— 219 с.	дополнительная	-	ЭБС Юрайт

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.ura.it.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– oras.unescon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

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).