

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 20 18 г.

**КОПИРАЙТИНГ И СПИЧРАЙТИНГ**

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.филол.н., доцент Горячев А.А.

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 .....	5
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:** освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций, связанных с подготовкой текстов публичных коммуникаций.

**Задачи:**

- ознакомиться со спецификой копирайтинговой и спичрайтинговой деятельности;
- овладеть навыками написания разноплановых текстов публичных коммуникаций;
- приобрести умение выстраивать копирайтинговую и спичрайтинговую деятельность в соответствии с этапами создания данных видов текстов, с учётом коммуникативной ситуации и профессиональных задач;
- ознакомиться с жанровой системой медиатекстов, используемых в сфере прикладных коммуникаций;
- приобрести навык написания текстов публичных коммуникаций в условиях заданных контекстом ограничений.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В."Копирайтинг и спичрайтинг" относится к вариативной части Блока 1 является обязательной для освоения обучающимся после выбора обучающимся 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)
ПК-8 Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Первый уровень (пороговый) (ПК-8) –1	Знать: основные виды рекламной продукции, а также традиционные и современные средства рекламы и технологии подготовки к выпуску, производству и распространению рекламных продуктов 31(ПК-8). Уметь: использовать приемы и методы организации выпуска и распространения рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы У1(ПК-8). Владеть: методами организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции В1(ПК-8).
ПК-16 Способностью под	Первый уровень	Знать: основные виды рекламной продукции, а также традиционные и современные средства рекламы и

контролем осуществлять подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	(пороговый) (ПК-16) –1	технологии подготовки к выпуску, производству и распространению рекламных продуктов 31(ПК-16). Уметь: использовать приемы и методы организации выпуска и распространения рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы в контексте поставленной задачи У1(ПК-16). Владеть: методами организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции В1(ПК-16).
---	------------------------	---

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 4 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. Спичрайтинг и копирайтинг как дисциплина и коммуникативная технология	2	2		6
Тема 2. Структура рекламного текста	4	8		6
Тема 3. Нейминг	4	4		6
Тема 4. Слоган	2	4		6
Тема 5. Модульная реклама	2	2		6
Тема 6. Печатная реклама	2	2		6
Тема 7. Гимнология и легендирование; сценаристика	2	4		6
Тема 8. Спичрайтерский текст	2	4		6
Тема 9. Подготовка первого (должностного) лица к устному публичному выступлению.	2	2		6
<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>22</b>	<b>32</b>		<b>54</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. Спичрайтинг и копирайтинг как дисциплина и коммуникативная технология**

Определение спичрайтинга и копирайтинга. Психологические аспекты воздействия текстов рекламы и текстов по связям с общественностью на целевые аудитории и группы общественности. Широкое и узкое понимание спичрайтинга и копирайтинга. Анализ коммуникационной инфраструктуры организации и теоретико-прикладные основы ее построения для создания эффективных копирайтерских и спичрайтерских текстов.

Отличия копирайтинга и спичрайтинга в коммуникационной и маркетинговой деятельности организации.

### **Тема 2. Структура рекламного текста**

Определение рекламного текста (РТ): основные подходы. Структура РТ по Хр. Кафтанджиеву: заголовок, слоган, основной рекламный текст (ОРТ), иконический текст; эхо-фраза. Соотношение шрифтовых, графических, цветовых компонентов в РТ.

### **Тема 3. Нейминг**

Понятие нейма и нейминга. Соотношение заголовка и нейма. Виды неймов: отобъектный, отсубъектный, коммуникативный. Характеристики эффективного нейма. Нейм в системе корпоративной идентификации организации. Приемы языковой игры в нейме.

### **Тема 4. Слоган**

Определение слогана. Виды слогана: коммерческий (товарный), корпоративный, политический (электоральный). Соотношение слогана и заголовка, его место в структуре рекламного текста. Баланс содержания и формы как принципа создания эффективного слогана. Лингвистические модели эффективного политического слогана. Анализ российской практики слоганистики.

### **Тема 5. Модульная реклама**

Основные виды рекламной продукции, а также традиционные и современные средства рекламы и технологии подготовки к выпуску, производству и распространению рекламных продуктов. Особенности создания модульной рекламы. Фреймовая и слотовая структура модульного текста. Принципы и инструменты выделения фреймов и слотов в РТ.

### **Тема 6. Печатная реклама**

Виды печатной продукции в зависимости от носителя. Буклеты; проспекты, каталоги, листовки, флаеры. Бриф и техническое задание на создание печатного РТ.

### **Тема 7. Гимнология и легендирование; сценаристика**

Гимнология как феномен. Разновидности гимна: корпоративный и коммерческий. Гимн и ситуативная песня. Легенда в формировании корпоративной идентичности и маркетинговой политике организации. Носители легенды организации. Жанры легенды: бэкграундер, биография первого лица, add story. Сценарий специального мероприятия. Виды инвентов публичных мероприятий и особенности их сценарной подачи.

### **Тема 8. Спичрайтерский текст**

Понятие спичрайтерского текста: широкое и узкое. Виды публичной речи по целеустановке и степени подготовленности. Этапы подготовки спичрайтерского текста.

### **Тема 9. Подготовка первого (должностного) лица к устному публичному выступлению.**

Подготовка первого (должностного) лица к устному публичному выступлению. Сбор информации, психологическая. Вербальная, коммуникативная характеристика спикера. Формы обратной связи в устном публичном выступлении. Система навыков публичного спикера.

## **6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА**

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия/Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1	Спичрайтинг и копирайтинг как дисциплина и коммуникативная технология. Понятие дисциплины и технологии: дискуссия. Основные отличия устного и письменного текста. Обзор основной дисциплины по курсу.	ПЗ: Дискуссия
2	Структура рекламного текста. Анализ текстов рекламы, учитывая	ПЗ: Дискуссия,

	специфику их воздействия на общественное сознание. Структура РТ по Хр. Кафтанджиеву: заголовок, слоган, основной рекламный текст (ОРТ), иконический текст; эхо-фраза. Соотношение шрифтовых, графических, цветовых компонентов в РТ. Анализ текстов рекламы, учитывая специфику их воздействия на общественное сознание. Коррекция РТ. Создание РТ для различных аудиторий.	Решение практических задач
3	Нейминг: Виды неймов: отоъектный, отсубъектный, коммуникативный. Характеристики эффективного нейма. Нейм в системе корпоративной идентификации организации. Приемы языковой игры в нейме. Анализ российской практики нейминга	ПЗ: Мозговой штурм
4	Слоган: Виды слогана: коммерческий (товарный), корпоративный, политический (электоральный). Соотношение слогана и заголовка, его место в структуре РТ. Лингвистические модели эффективного политического слогана. Анализ российской практики слоганистики — индивидуальные задания. Создание слоганов для различных видов организаций.	ПЗ: Мозговой штурм, деловая игра
5	Модульная реклама: приемы и методы организации выпуска и распространения рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы в контексте поставленной задачи. Особенности создания модульной рекламы. Фреймовая и слотовая структура модульного текста. Принципы и инструменты выделения фреймов и слотов в РТ.	ПЗ: Выступление с презентациями
6	Печатная реклама: Методы организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции. Виды печатной продукции в зависимости от носителя. Буклеты; проспекты, каталоги, листовки, флаеры. Бриф и техническое задание на создание печатного РТ. Задания по анализу и созданию текстов печатной рекламы.	ПЗ: Дискуссия, Решение практических задач
7	Гимнология и легендирование; сценаристика. Анализ разновидностей гимна: корпоративный и коммерческий. Анализ текстов - носителей легенды организации (бэкграундер, биография первого лица, add story). Создание сценария кафедрального Дня практики.	ПЗ: Дискуссия, Мозговой штурм
8	Спичрайтерский текст. Анализ спичрайтерского текста по различным информационным поводам. Создание спичрайтерского текста по различным информационным поводам.	ПЗ: Дискуссия, Мозговой штурм
9	Подготовка первого (должностного) лица к устному публичному выступлению. Деловая игра: выступление первого лица и его анализ.	ПЗ: Терминологический диктант, анализ и коррекция текста

\*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
1-9	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине, выполнение индивидуальных заданий. Самооценка полученных знаний и навыков.
1-6	Подготовка к проверке знаний. Контрольная точка 1. Решение практических задач
7-9	Подготовка к проверке знаний. Контрольная точка 2. Терминологический диктант и работа с текстом выступления
1-9	Подготовка к зачету.

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 «Копирайтинг и спичрайтинг» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Дискуссия (тема №1,2).
- Деловая игра (тема №4).
- Выступление с презентациями (тема №5);
- Решение практических задач (темы №2,6,9);
- Мозговой штурм (темы №3,4,7,8);
- Лекция-дискуссия (темы №1,2,7,8);
- Терминологический диктант (тема №9);

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные методы обучения:

**Тематическая дискуссия:** обсуждения темы (спорного или проблемного характера) в учебной группе.

**Деловые игры.** Деловая игра - имитационное моделирование процессов управления социально-экономическими системами и профессиональной деятельностью людей в условных ситуациях с целью изучения и решения возникших проблем. Учебные деловые игры применяются с целью дать практику принятия решений в условиях, приближенных к реальным. Обязательными признаками деловой игры являются:

- наличие проблемы управления социально-экономической или социально-психологической системой;
- наличие общих целей всего игрового коллектива;
- наличие различных ролей и в соответствии с ними различие интересов(конфликт)
- участников, назначенных выполнять эти роли;
- невозможность полной формализации системы, наличие неопределенности в обстановке, учет вероятностного характера многих факторов и, исходя из этого,
- наличие игровой имитационной модели рассматриваемого процесса;
- наличие реального или условного фактора времени;
- динамичность изменения обстановки и наличие обратной связи, зависящей от решений участников игры в предыдущие моменты времени и влияющей на изменение обстановки в последующие, то есть наличие «цепочки решений»;
- наличие системы оценки результатов игровой деятельности;
- наличие системы мотивации участников, дающей объективную оценку личного вклада каждого участника игры в достижение общей цели, общего результата деятельности игрового коллектива;
- многоальтернативность решений;
- обязательное минимально необходимое и достаточное документальное обеспечение деловой игры;
- наличие управляемого эмоционального напряжения.

В оценке результатов игры преобладает фактор качества принятых решений.

**Выступление с презентациями** – устное выступление с использованием подготовленных наглядных материалов, направленное на представление 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.

**Решение практических задач.** Предполагает анализ предложенной ситуации, как совокупности фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка, также осуществляется выполнение связанных с ситуацией задач, в ходе которого отрабатывается конкретный навык, необходимый для профессиональной деятельности.



**Мозговой штурм.** Метод коллективного генерирования идей и конструктивной их проработки для решения проблемы, предполагающий разделение во времени трех этапов:

- спонтанная генерация идей;
- конструктивная критика и проработка предложенных идей с целью отбора наилучших;
- проектирование решений на основе отобранных идей.

**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.

**Терминологический диктант.** Метод направлен на проверку знания понятийного аппарата дисциплины. Список важнейших терминов, необходимых для освоения материала, составляется на основе лекционного материала. Оценивается четкая формулировка содержания понятий, знание и умелое оперирование терминами.

## 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
Кривоносов А.Д. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов. 2-е изд. Стандарт третьего поколения / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. — Санкт-Петербург : Питер, 2018. — 288 с.	основная	-	<a href="#">ЭБС Айбукс</a>
Кривоносов А. Д. Копирайтинг и спичрайтинг : учебное пособие / А.Д.Кривоносов, А.С.Шевченко. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2018. — 66 с. — Сведения доступны также по Интернету: <a href="http://orac.unicon.ru">orac.unicon.ru</a> .	основная	35	<a href="#">ЭБ OPAC.UNECON.RU</a>
Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] .— Москва : Дашков, 2018. — 260 с.	дополнительная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Электронный ресурс] ; Учебник для вузов / Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Юрайт, 2019. — 570 с.	дополнительная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</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://opac.unesco.ru">opac.unesco.ru</a>

## 9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного и 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).