

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



УТВЕРЖДАЮ

Директор по учебной и  
методической работе

/Шубаева В.Г./

« 21 » \_\_\_\_\_ 2021 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### КОПИРАЙТИНГ И СПИЧРАЙТИНГ

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

Составители:

\_\_\_\_\_ / д.филол.н., доцент Кармалова Е.Ю.

\_\_\_\_\_ / менеджер по рекламе и PR ООО «АНТАРЕС» Соина Д.С.

Санкт-Петербург  
2021

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
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 .....	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 .....	12
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	12

## 1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины:** Освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций, связанных с подготовкой текстов публичных коммуникаций.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Ф "Копирайтинг и спичрайтинг" относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации на русском и иностранном(ых) языке(ах), использует языковые средства для достижения профессиональных целей	<b>Знать:</b> особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранных языках. <b>Уметь:</b> использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на русском и иностранном(ых) языке(ах), <b>Владеть навыками:</b> использования различных форм, видов устной и письменной коммуникации на русском и иностранном языках; использования языковых средств для создания текстов рекламы и связей с общественностью.
ПК-9 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникации	ПК-9.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в офлайн и онлайн среде.	<b>Знать:</b> основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникации. <b>Уметь:</b> использовать основные технологии копирайтинга в офлайн и онлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью <b>Владеть навыками:</b> использования основных технологий копирайтинга в офлайн и онлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью

## 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося согласно РУП отводится на подготовку к экзамену; курсовая работа-5 семестр

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 5 семестр;

Распределение фонда времени по темам дисциплины представлено в таблице 4.1.  
Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем <i>и/или</i> <i>разделов/тем</i>	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1. Спичрайтинг и копирайтинг как дисциплина и коммуникативная технология	4	4		2
2. Структура рекламного текста	4	6		4
3. Нейминг	4	6		4
4. Слоган	4	6		4
5. Модульная реклама	4	4		4
6. Жанры рекламного текста – печатного, радио, телевизионного	4	6		
7. Печатная реклама	4	4		4
8. Гимнология и легендирование; сценаристика	4	4		4
9. Создание вербального контента для Интернет и социальных медиа	4	6		4
10. Спичрайтерский текст	4	6		4
11. Подготовка первого (должностного) лица к устному публичному выступлению.	2	2		4
<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>42</b>	<b>60</b>		<b>42</b>

## 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. Жанры рекламного текста – печатного, радио, телевизионного.**

Различные подходы: К. Иванова, В. Ученова и другие. Методы и технологии оценки эффективности текстов печатной, телевизионной, аудиорекламы (филологические, маркетинговые).

#### **Тема 7. Печатная реклама**

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

#### **Тема 8. 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 ивентов публичных мероприятий и особенности их сценарной подачи.

#### **Тема 9. Создание вербального контента для Интернет и социальных медиа.**

Рекламные тексты вербального и вербально-визуального типов для разных интернет-площадок: сайтов компании, социальных медиа, сайтов онлайн-СМИ и собственных медийных проектов. SEO-оптимизация и SMM-оптимизация. Уникализация контента.

#### **Тема 10. Спичрайтерский текст**

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

#### **Тема 11. 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	Определение понятия «Спичрайтинг» и «Копирайтинг». Взаимодействие спичрайтинга с риторикой, имиджелогией, паблик рилейшнз, копирайтингом.	ПЗ/Дискуссия
2	Структура рекламного текста с точки зрения разных исследователей. Анализ текстов рекламы с учетом специфики их воздействия на общественное сознание. Коррекция РТ. Создание РТ для различных аудиторий.	ПЗ: Анализ и коррекция текстов рекламы, выступление с презентациями
3	Нейминг. Виды неймов. Критерии и оценка эффективности неймов. Система корпоративной идентификации организации и роль нейма в ней. Анализ российской и зарубежной практики нейминга	ПЗ: Мозговой штурм. Анализ и коррекция текстов, генерирование и коррекция текстов
4	Слоган. Виды слогана. Слоган и его место и роль в структуре рекламного текста. Анализ российской и зарубежной практики слоганистики. Создание слоганов для различных видов организаций.	ПЗ: Мозговой штурм. Анализ и коррекция текстов, генерирование и коррекция текстов
5	Модульная реклама: приемы и методы организации выпуска и распространения рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы в контексте поставленной задачи. Специфика производства модульной рекламы.	ПЗ: Анализ и коррекция текстов, генерирование и коррекция текстов
6	Типология жанров печатной, аудио, телевизионной рекламы. Оценки эффективности вербальной составляющей рекламных текстов.	ПЗ: Анализ текстов, генерирование и коррекция текстов
7	Печатная реклама: методы организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции. Виды печатной продукции. Задания по анализу и созданию текстов печатной рекламы.	ПЗ: Анализ и коррекция текстов, генерирование и коррекция текстов
8	Гимнология и легендирование; сценаристика. Анализ разновидностей гимна. Анализ текстов - носителей легенды организации. Создание сценариев рекламных роликов и специальных мероприятий.	ПЗ: Анализ и коррекция текстов, генерирование и коррекция текстов, мозговой штурм
9	Копирайтинг в сети Интернет. SEO и PR. Базовые правила SEO текстов.	ПЗ: Анализ и коррекция текстов, генерирование и коррекция текстов
10	Особенности спичрайтерского текста.	ПЗ: Анализ и коррекция текстов, генерирование и коррекция текстов
11	Техника публичного выступления. Аргументация речи.	ПЗ: Деловая игра

## 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 в 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
1-11	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
1-11	Выполнение заданий по темам дисциплины
3.	Подготовка к контрольной точке №1 «Анализ и коррекция текстов»
4.	Подготовка к контрольной точке №2 «Генерирование и коррекция текстов»

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

## 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:

- лекция-дискуссия (темы №1,2,5,7,8,9);
- мозговой штурм (темы №3,4);
- деловая игра (тема №11);
- анализ и коррекция текстов рекламы (темы №№2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10);
- дискуссия (темы №№1,6);
- генерирование и коррекция текстов (темы №№3, 4, 5, 7, 8, 9, 10).

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные методы обучения:

**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.

**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.

**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.

**Дискуссия** - обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы. Важной характеристикой дискуссии, отличающей её от других видов спора, является аргументированность.

**Анализ и коррекция текстов рекламы** - это всестороннее изучение особенностей целого текста и его составных частей. При анализе текста могут потребоваться сведения из самых разных областей знаний — от психологии, этнографии, истории, мифологии, библиологии до теории информации и теории чисел. **Коррекция текста** — это исправление ошибок стилистики и содержания, а также проверка правильности применения терминологии.

**Генерирование и коррекция текстов** – придумывание, сочинительство, процесс создания, производства текстов и их исправление в соответствии с жанрово-стилистическими особенностями.

## 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://орас.unecon.ru">орас.unecon.ru</a> .	основная	35	<a href="#">ЭБ</a> <a href="http://OPAC.UNECON.RU">OPAC.UNECON.RU</a>
Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] .— Москва : Дашков,	дополнительная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>

2018. — 260 с.			
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.unecon.ru">opac.unecon.ru</a>

## 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.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Таблица 9.2.1 – Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (ПО)

№	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional
2	Microsoft Office Professional
3	7-Zip (freeware)

Таблица 9.2.2 – Перечень учебных аудиторий для проведения учебных занятий, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения

Наименование учебных аудиторий, перечень оборудования и технических средств обучения	Адрес (местоположение) учебных аудиторий

<p>Ауд. 204 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации). Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 70 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол 1шт., кафедра 1шт., доска меловая (3-х секционная) 1 шт., вешалка стойка 4шт., жалюзи 6шт. Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19") - 1 шт., Проектор NEC M350 X - 1 шт., Экран Lumien Master Picture (LMP-100109) - 1 шт., Акустическая система Apart MASK-6 White - 2 шт., Микшер усилитель Jedia (JDM) TA-1120 в комплекте - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>
<p>Ауд. 202 Лаборатория цифровых коммуникаций. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 43 посадочных мест, 1 рабочее место преподавателя (1 стол, 1 стул), Моноблок Lenovo V540 i5-8265U/8Гб/SSD 256Гб/23,8 дюйма - 20 шт. Переносной мультимедийный комплект: Ноутбук HP 250 G6 1WY58EA, Мультимедийный проектор LG PF1500G Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>
<p>Ауд. 206 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 72 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол 1шт., доска меловая (3-х секционная) 1 шт., вешалка стойка 1шт., жалюзи 6шт. Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19") - 1 шт., Микшер-усилитель AA-120 Roxton - 1 шт., Мультимедиа проектор Mitsubishi WD620U 2717 - 1 шт., Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>
<p>Ауд. 208 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 40 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол, кафедра 1шт., доска меловая 1шт. (3-х секционная), вешалки стойки 3шт., жалюзи 6шт. Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт., Экран Projecta Compact Electrol 153x200 см Matte White S - 1 шт., Кроншт.потол.ElectricLight КБ-01-35 черный - 1 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 - 1 шт., Персональный компьютер Universal №1 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>

## **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.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

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).