

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

Шубаева В.Г./

« 28 » _____ 20 21 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИМИДЖМЕЙКИНГ

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.пед н., доцент Семенова Л.М.

_____ / пресс-секретарь ОМОО «МИР», главный редактор
МИА «МИР» Соколова А.А.

Санкт-Петербург
2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ 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	10
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса	11
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	13

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

Формирование профессиональных знаний, умений и навыков в предметной области имиджмейкинга, что обеспечивает основу для их применения, как в частной практике, так и в ситуации участия в крупномасштабных имиджевых проектах, коммуникационных кампаниях и мероприятиях для коммерческих организаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Ф «Имиджмейкинг» 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-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.4. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач	Знать: терминологический аппарат имиджелогии; специфику организации исследования, проектирования и построения корпоративного и персонального имиджа; социальные, экономические и политические причины возникновения и развития имиджмейкинга как одного из коммуникационных направлений; основные подходы к формированию и управлению имиджем как технологическим процессом. Уметь: моделировать, проектировать, корректировать, сохранять и защищать имидж базисного субъекта; планировать и реализовывать имиджевые кампании.

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК--5 Способен проводить маркетинговые исследования, исследования целевых аудиторий и групп общественности	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукт	<p>Знать: специфику организации исследования и проектирования имиджа организации и персоны; методики и техники исследования корпоративного и персонального имиджа.</p> <p>Уметь: исследовать рынок, анализировать имиджевые процессы; разрабатывать комплекс прикладных имиджевых технологий.</p> <p>Владеть навыками: использования основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося согласно РУП отводится на подготовку зачета.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 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	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
Тема 1. Предмет имиджелогии как науки. Имидж в системе коммуникации. Психологические особенности формирования имиджа. Специфика исследования.	4	4		16
Тема 2. Виды имиджей. Этапы исследования и формирования имиджа. Объекты и методы формирования имиджа. Имиджмейкер как профессия	4	4		16
Тема 3. Особенности формирования индивидуального имиджа. Самопрезентация	5	4		18
Тема 4. Корпоративный имидж. Структура и компоненты имиджа. Имидж и репутация	5	4		24
Всего по дисциплине:	18	16		74

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Предмет имиджелогии как науки. Имидж в системе коммуникации. Психологические особенности формирования имиджа.

Объект и предмет имиджелогии. Имидж и имиджмейкинг: определение понятий. Терминосистема имиджмейкинга. Специфика исследования. Использование основных

маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта. Структура имиджа. Принципы и законы формирования имиджа. Имидж/образ: сходство и различия. Цели, задачи и функции имиджа. Имидж как коммуникативный феномен. Внешняя и внутренняя составляющая имиджа. Вербальная и невербальная составляющие имиджа. Перформанс. Особенности визуальной коммуникации. Жесты. Роль имиджа в формировании общественного мнения. Имиджмейкинг в системе коммуникации, его роль и место. Целевая аудитория. Привлечение и удержание внимания аудитории. Формирование установки на доверие/недоверие. Использование особенностей социальных групп и общих особенностей восприятия в формировании имиджа. Психологические особенности формирования имиджа. Особенности рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. Построения имиджевой стратегии в области рекламы и связей с общественностью.

Тема 2. Виды имиджей. Этапы исследования и формирования имиджа. Объекты и методы формирования имиджа. Имиджмейкер как профессия.

Положительный-отрицательный имидж. Позитивный-негативный имидж. Внешний (габитарный) имидж. Внутренний имидж. Неосязаемый имидж. Индивидуальный (персональный), профессиональный имидж. Политический имидж. Закрытый имидж. Корпоративный имидж и др. Этапы исследования и формирования имиджа. Методы маркетинговых исследований: изучение внешней и внутренней среды, SWOT-анализ. Конкурентный анализ и др. Позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа (антиреклама), отстройка от конкурентов, контрреклама. Основные характеристики имиджа. Методы: манипулирование, мифологизация, эмоционализация, вербализация, детализация, замена целей и подача противоречивых сигналов, дистанцирование, метафоризация, визуализация. Внедрение моделей восприятия и контекстное введение знаков. История возникновения профессии. Тенденции развития имиджмейкинга в России и в мире. Личность имиджмейкера. Профессиональная этика имиджмейкеров. Профессиональные ассоциации.

Тема 3. Особенности формирования индивидуального имиджа. Самопрезентация.

Понятие индивидуального имиджа и самопрезентации. Исследование имиджа персоны: кабинетные и полевые исследования, количественные и качественные. Структура персонального имиджа, этапы. Причины деструкции имиджа. Профессиональный имидж. Профессиональные качества специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Профессионально важные деловые и личностные качества: профессиональные знания и опыт работы; степень заинтересованности в данной работе; активность жизненной позиции; целеустремленность и готовность работать с максимальной отдачей; степень самостоятельности в принятии решений и ответственность за результаты своей работы; способность руководить и готовность подчиняться; уровень интеллектуальной активности, способность творчески подходить к решению проблем; степень самокритичности и объективность оценок; умение хорошо говорить и слушать; внешность и манера поведения; честность и порядочность. Самомаркетинг. Персональный бренд. Технологии формирования и коррекции имиджа.

Тема 4. Корпоративный имидж. Структура и компоненты имиджа. Имидж и репутация.

Роль внутреннего имиджа корпорации. Диагностика имиджа: методы социологических и маркетинговых исследований. Идеология компании и ее внутренний имидж. Функция идеологии в формировании имиджа. Функция самоидентификации персонала. Аксиологическая функция корпоративного имиджа. Фундамент имиджа.

Внутренний имидж корпорации. Внешний имидж корпорации. Неосязаемый имидж. Поддержание имиджа. Планирование, подготовка и проведение имиджевых коммуникационных кампаний и мероприятий для коммерческих организаций. Процесс управления корпоративным имиджем. Корпоративная индивидуальность. Корпоративная идентичность. Корпоративный имидж. Фирменный стиль. Значение имиджа организации, товара/услуги, руководителя для общественного мнения. Создание лояльности к организации с помощью имиджа. Имидж и репутация. Основные инструменты управления имиджем: специальные акции, события. Реклама как инструмент управления имиджем. Особенности имиджевой рекламы как сферы профессиональной деятельности. Особенности основных видов имиджевой рекламной продукции, преимущества и недостатки традиционных и современных средств рекламы, а также технологии подготовки к выпуску, производству и распространению имиджевых рекламных продуктов, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы. Особенности управления имиджем в сети интернет. Содержание основных этапов имиджевой кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью. Разработка проекта имиджевой кампании.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия/ Наименование оценочных средств
1	2	3
1	Основы имиджмейкинга.	ПЗ: имидж-кейс
		ПЗ: коллоквиум на тему «Имидж в системе коммуникации»
2	Виды и этапы формирования имиджа.	ПЗ: проблемный семинар
		ПЗ: деловая игра
		КТ1: контрольная работа
3	Персональный имидж. Самопрезентация.	ПЗ: групповой тренинг
		ПЗ: групповой тренинг
4	Корпоративный имидж. Структура и компоненты имиджа.	ПЗ: сравнительный анализ корпоративного имиджа
		КТ2: проект.

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

№ тем ы	Вид самостоятельной работы
1	2
1-4	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
1-4	Выполнение заданий по темам дисциплины
	Подготовка к контрольной точке №1 «контрольная работа»
	Подготовка к контрольной точке №2 «проект»
1-4	Подготовка проекта.

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

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках реализации дисциплины «Имиджмейкинг» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Лекция-беседа (Тема 1-4)
- Кейс-технологии (Тема 1)
- Коллоквиум (Тема 1)
- Проблемный семинар (Тема 2)
- Деловая игра (Тема 2)
- Контрольная работа (Тема 2)
- Групповой тренинг (Тема 3)

- *Сравнительный анализ корпоративного имиджа (Тема 4)*
- *Метод проектов (Тема 4)*

Лекция-беседа. Это диалог преподавателя и студентов, в процессе которого преподаватель не только формирует представление о знаниях студентов, но и вырабатывает у студентов их собственные оценки происходящих событий, взгляды и позиции. На таких занятиях студенты учатся полноценному общению, аргументируют обсуждаемые вопросы, учатся оппонировать.

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

Коллоквиум. Преподаватель заранее выдает список литературных источников примерно из 12–15 книг. Вся литература делится на основную и дополнительную. Среди рекомендованных источников есть монографии, переведенная с иностранных языков литература и российские источники. В предлагаемый список включены книги по истории вопроса, специализированная литература, популярная, универсальная, литература по сферам и по характеру профессиональной деятельности, а также литература, косвенно относящаяся к вопросу изучения. Преподаватель должен заранее разработать разносторонний список источников по изучаемому курсу и классифицировать его по направлениям. Это помогает студенту целостно изучать материал и в системе выстраивать знания.

Проблемный семинар. Важнейшим показателем «проблемности» характера обучения является наличие познавательной проблемы. «Проблема» может быть сформулирована на основе материалов истории науки, социальной практики, в контексте предстоящей профессиональной деятельности. Семинар предполагает активное вовлечение студентов в процесс обсуждения и решения поставленной проблемы, процесс поиска решения направляется и контролируется преподавателем. В состав методического обеспечения проблемного семинара входят: перечень «проблемных» вопросов для дискуссии и способ организации дискуссии; перечень практических заданий обучающимся по подготовке к семинару и требования к представлению результатов их выполнения; перечень рекомендуемых информационных источников; подборка актуальных статей, материалов для рефлексивного чтения.

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.

Групповой тренинг. Метод предполагает имитацию особой учебно-экспериментальной обстановки, позволяющей студентам освоить нестандартные подходы к решению проблем, используя новые техники и тактики, излагаемые преподавателем и демонстрируемые в ходе занятия.

Контрольная работа. Подготовка и проведение контрольной работы состоит из следующих этапов:

1 этап. Подбор и изучение необходимой литературы.

2 этап. Выполнение теоретического задания, ответы на вопросы.

3 этап. Выполнение тестовых заданий.

Последовательность и содержание каждого этапа

1 этап. К подбору литературы следует относиться серьезно, так как это - залог хорошей контрольной работы. При этом следует изучать различные виды изданий, имеющих отношение к варианту работы информационные, библиографические, реферативные, обзорные издания, экспресс-информацию и др. В дальнейшем рекомендуется общее ознакомление с литературным источником по его оглавлению, беглый просмотр всего содержания, выборочное чтение параграфов и глав, соответствующих по их названию изучаемому вопросу и осуществление выписки или ксерокопирования материалов, представляющих интерес для студента. На данном этапе необходимо внимательно следить за оформлением выписок или ксерокопий: указывать название источника, его автора и страницу, так как если вы будете в дальнейшем использовать цитирование текста, то сможете легко пользоваться собранным материалом. Непосредственная работа над собранным материалом включает значительную часть черновой работы. Это творческий и целеустремленный процесс. Надо стремиться к объективности и достоверности используемой информации. Поэтому работу на данном этапе мы рекомендуем начать с оценки изученных материалов и лишь, затем переходить к обобщению информации. Необходимо обдумать имеющуюся информацию и критически подходить к отдельным источникам, не забывая, что более достоверными являются официальные издания от имени государственных или общественных организаций, монографии, научные сборники. В статьях могут быть отражены лишь позиции авторов, могут быть и ошибочные положения, и различного рода неточности, поэтому следует разобраться в этом и дать отдельным мнениям соответствующую оценку.

2 этап. Выполнение задания представляет собой решение теоретической или практической задачи по отдельной теме курса. Ответы на вопросы, поставленные в задании должны дать представления о ходе решения. Студенту следует делать сноски на источник литературы, откуда они взяты.

3 этап. Выполнение тестовых заданий. Студент подбирает вариант решения тестового задания и в соответствии с инструкцией отмечает его в задании, т.е. решение будет излагаться в виде кода правильных ответов на предложенные тестовые задания.

Сравнительный анализ корпоративного имиджа. Это метод сопоставления двух и более объектов (явлений, идей, результатов исследований и т. п.), выделение в них общего и различного, с целью классификации и типологии. В результате такого анализа выявляются достоинства и недостатки сравниваемых объектов с целью классификации. Смысл сравнительного метода заключается в выявлении преимуществ и недостатков сопоставляемых объектов. Объекты исследования должны быть однородными, то есть

должны относиться к одному роду, разряду. После того как выбраны объекты сравнения (их может быть два и более), выбирается вид сравнения. Например, динамический, пространственный и т.д. Следующий этап - необходимо определиться, по скольким показателям будут оцениваться, сравниваться объекты. И заключительным этапом метода сравнительного анализа является выбор шкалы сравнения.

Метод проектов состоит в предоставлении обучающимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из разных предметных областей. В этом заключаются колоссальные возможности для формирования профессиональных компетенций специалистов. Более того, сам метод проектов носит интегральный характер, объединяя в себя различные исследовательские, поисковые, проблемные методы, творческие по своей сути.

Проектирование как метод во многом отличается от методов аудиторной деятельности. Специфика проектирования заключается в следующем:

1) единство теории и практики. Разработка и реализация проекта представляет собой самостоятельный вид практической деятельности, осуществляемой с опорой на знания, полученные как в рамках учебных дисциплин и практик, так и в результате самостоятельного исследования;

2) кроссдисциплинарность осуществляемых проектов предполагает совмещение знаний и умений, полученных в ходе изучения различных дисциплин;

3) неформальный характер взаимодействия стимулирует учащихся, дает возможность реализовать навыки и умения, проявить творчество, индивидуальные особенности, дает возможность партнерского общения друг с другом и преподавателем;

4) возможность выхода на контакт с коллегами на основе профессиональных интересов;

5) принцип соревновательности как дополнительная мотивация к участию в проектной 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
Семенова Л.М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л.М. Семенова. М.: Изд-во Юрайт, 2019. – 141 с.	основная	-	ЭБС Юрайт
Семенова Л.М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда: учебник и практикум для академического бакалавриата / Л.М. Семенова. М.: Изд-во Юрайт, 2019. – 243 с.	основная	-	ЭБС Юрайт
Селентьева Д.О. Политическая имиджология: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д.О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2019. — 164 с.	дополнительная	-	ЭБС Юрайт
Емельянов, С.М. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / С.М.Емельянов, А.В.Пряхина . — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2017 . — 90 с. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unicon.ru .	дополнительная	35	ЭБ OPAC.UNECON.RU

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.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПБГЭУ– opac.unecon.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, 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
Ауд. 208 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 40 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол, кафедра 1шт., доска меловая 1шт. (3-х	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»

<p>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>Ауд. 203 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 72 посадочных мест (36 учебных столов, 72 стула, рабочее место преподавателя, кафедра 1шт., доска маркерная 1 шт., доска маркерная 1шт., вешалка стойка 3шт., жалюзи 6шт.омпьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19") - 1 шт., Мультимедийный проектор Panasonic PT-VX610E - 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. 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. Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г, Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г), 7-Zip (freeware), Acrobat Reader DC (freeware), КонсультантПлюс (Договор об информационной поддержке ВУЗ 01.09.2015), Adobe Acrobat Reader DC (freeware), FireFox 77.0.1 (freeware), Google Chrome 83.0.4103.97 (freeware), VLC media player (freeware), K-Lite Codec Pack Full (freeware). 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).