

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 » августа 2020 г.

**РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ  
СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Стратегические коммуникации в бизнесе
Уровень образования	высшего магистратура
Форма обучения	очная

Составители:

\_\_\_\_\_ / д.филол.н., профессор Кривоносов А.Д.  
\_\_\_\_\_ / к.ф.н. Сыркина А.Н.

Санкт-Петербург  
2020

## СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	4
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	4
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	5
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА.....	7
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ .....	8
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины.....	8
7.2. Организация самостоятельной работы .....	8
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	9
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	10
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	10
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса .....	12
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....	13
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	14

### АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

<b>Наименование дисциплины</b>	Разработка и реализация коммуникационной стратегии компании
<b>Цель дисциплины</b>	Цель дисциплины: дать общие сведения о принципах разработки и реализации коммуникационной стратегии компании
<b>Планируемые результаты обучения</b>	<p>УК-1</p> <p><b>Знать:</b> различные виды анализа ситуации и постановки задач по активному и проактивному реагированию.</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ ситуации и предлагать различные варианты решения активного и проактивного реагирования с оценкой последствий решения задач</p> <p><b>Владеть навыками</b> постановки задач по выработке стратегии действий.</p> <p>ПК-3</p> <p><b>Знать:</b> основные характеристики и компоненты коммуникационной стратегии.</p> <p><b>Уметь:</b> выбирать коммуникационные инструменты для эффективной реализации коммуникационной стратегии.</p> <p><b>Владеть навыками</b> использования инструментов целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии компании.</p> <p>ПК-5</p> <p><b>Знать:</b> виды аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p><b>Уметь</b> выбирать корректные стратегические коммуникационные концепции</p> <p><b>Владеть</b> навыками разработки и реализации планов, программ коммуникационной стратегии компании, используя аналитическую и прогностическую документацию.</p>
<b>Тематическая направленность дисциплины</b>	<p><i>Тема 1.</i> Понятие и виды коммуникационной стратегии. Стратегические коммуникации и коммуникационная стратегия. Коммуникационная политика и коммуникационная стратегия</p> <p><i>Тема 2.</i> Компоненты коммуникационной стратегии: корпоративная философия, корпоративная миссия, корпоративное видение, корпоративное кредо, корпоративный слоган</p> <p><i>Тема 3.</i> Корпоративные интеграторы стратегии</p> <p><i>Тема 4.</i> Планирование коммуникационной стратегии: виды анализа ситуации, виды аналитической и прогностической документации для разработки коммуникационной стратегии</p> <p><i>Тема 5.</i> Цели (глобальные и оперативно-тактические) и задачи коммуникационной стратегии</p> <p><i>Тема 6.</i> Инструменты реализации коммуникационной стратегии компании</p> <p><i>Тема 7.</i> Планирование и реализация коммуникационной стратегии бизнес-компании</p> <p><i>Тема 8.</i> Планирование и реализация коммуникационной стратегии бренда</p>
<b>Кафедра</b>	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

## 1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины:** дать общие сведения о принципах разработки и реализации коммуникационной стратегии компании

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Ф «Разработка и реализация коммуникационной стратегии компании», относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений.

## 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-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.3 Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи, разрабатывает и предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки	<p><b>Знать:</b> различные виды анализа ситуации и постановки задач по активному и проактивному реагированию.</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ ситуации и предлагать различные варианты решения активного и проактивного реагирования с оценкой последствий решения задач.</p> <p><b>Владеть навыками</b> постановки задач по выработке стратегии действий.</p>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-3. Способен разрабатывать эффективную коммуникационную стратегию, в том числе управлять антикризисными и событийными коммуникациями компании	ПК-3.1 Применяет методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике, интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	<b>Знать:</b> основные характеристики и компоненты коммуникационной стратегии. <b>Уметь:</b> выбирать коммуникационные инструменты для эффективной реализации коммуникационной стратегии. <b>Владеть навыками</b> использования инструментов целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии компании.
ПК-5. Способен разрабатывать и реализовывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера, в том числе медиа-планы	ПК-5.1 Составляет аналитическую и прогностическую документацию в области рекламы и связей с общественностью; разрабатывает и реализовывает стратегические коммуникационные концепции	<b>Знать:</b> виды аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью. <b>Уметь</b> выбирать корректные стратегические коммуникационные концепции. <b>Владеть</b> навыками разработки и реализации планов, программ коммуникационной стратегии компании, используя аналитическую и прогностическую документацию.

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося согласно РУП отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 2 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 разделов/тем</i>	Объем дисциплины (ак. часы)	
	Контактная работа	

	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	СРО
<i>Тема 1. Понятие и виды коммуникационной стратегии. Стратегические коммуникации и коммуникационная стратегия. Коммуникационная политика и коммуникационная стратегия</i>	2	4		20
<i>Тема 2. Корпоративные интеграторы стратегии</i>	2	2		10
<i>Тема 3. Компоненты коммуникационной стратегии: корпоративная философия, корпоративная миссия, корпоративное видение, корпоративное кредо, корпоративный слоган</i>	4	6		20
<i>Тема 4. Планирование коммуникационной стратегии: виды анализа ситуации, виды аналитической и прогностической документации для разработки коммуникационной стратегии</i>	2	4		22
<i>Тема 5. Цели (глобальные и оперативно-тактические) и задачи коммуникационной стратегии</i>	2	4		10
<i>Тема 6. Инструменты реализации коммуникационной стратегии компании</i>	4	4		20
<i>Тема 7. Планирование и реализация коммуникационной стратегии бизнес-компании</i>	2	6		24
<i>Тема 8. Планирование и реализация коммуникационной стратегии бренда</i>	2	6		24
<i>Всего за семестр:</i>	20	36		160
<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>20</b>	<b>36</b>		<b>160</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

*Тема 1. Стратегические коммуникации и коммуникационная стратегия. Понятие и виды коммуникационной стратегии. Коммуникационная политика и коммуникационная стратегия*

Содержание темы. Понятия «стратегические коммуникации» и «коммуникационная стратегия» и их соотношение. Виды стратегии. Различные подходы к концепту «коммуникационная стратегия». Соотношение понятий «коммуникационная политика» и «коммуникационная стратегия». Характеристики коммуникационной стратегии

*Тема 2. Корпоративные интеграторы стратегии*

Содержание темы. Виды корпоративных интеграторов: вербально-содержательные (миссия, философия, слоган, история) и символические (нейм, логотип, гимн).

*Тема 3. Компоненты коммуникационной стратегии: корпоративная философия, корпоративная миссия, корпоративное видение, корпоративное кредо, корпоративный слоган*

Содержание темы. Корпоративные ценности как базис корпоративной философии в стратегии компании. Корпоративная миссия как социальная целеустановка стратегического развития компания. Виды миссии. Корпоративное видение как стратегическая бизнес-установка компании

*Тема 4. Планирование коммуникационной стратегии: виды анализа ситуации, виды аналитической и прогностической документации для разработки коммуникационной стратегии*

Содержание темы. Ситуационный анализ и его компоненты. Разновидности аналитической документации компании. Медиапланирование и медиаплан в стратегическом планировании деятельности компании.

*Тема 5. Цели и задачи коммуникационной стратегии*

Содержание темы. Цели (глобальные и оперативно-тактические) коммуникационной стратегии. Формулирование задач коммуникационной стратегии

*Тема 6. Инструменты реализации коммуникационной стратегии компании*

Содержание темы. Медиаинструменты реализации коммуникационной стратегии компании. Инструменты сторителлинга в реализации коммуникационной стратегии компании. Стратегические ивенты компании. Digital-инструменты реализации коммуникационной стратегии компании.

*Тема 7. Планирование и реализация коммуникационной стратегии бизнес-компании*

Содержание темы. Соотношение бизнес-стратегии и коммуникационной стратегии бизнес-организации. Планирование коммуникационной стратегии бизнес-компании в зависимости от типа бизнес-организации и ее бюджета. Планирование эффективности коммуникационной стратегии.

*Тема 8. Планирование и реализация коммуникационной стратегии бренда*

Содержание темы. Соотношение понятий «брендинг» и «коммуникационная стратегия бренда». Планирование коммуникационной стратегии бренда. Коммуникационные инструменты реализации коммуникационной стратегии бренда

## 6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1.	<i>Тема 1.</i> Понятие и виды коммуникационной стратегии. Стратегические коммуникации и коммуникационная стратегия. Коммуникационная политика и коммуникационная стратегия	Практические занятия/ Тематическая дискуссия
2	<i>Тема 2.</i> Корпоративные интеграторы стратегии: вербально-содержательные и символические	Практические занятия/ Кейс-технология
3	<i>Тема 3.</i> Компоненты коммуникационной стратегии: корпоративная философия, корпоративная миссия, корпоративное видение, корпоративное кредо, корпоративный слоган	Практические занятия/ Проблемный семинар
4	<i>Тема 4.</i> Планирование коммуникационной стратегии: виды анализа ситуации, виды аналитической и прогностической документации для разработки коммуникационной стратегии	Практические занятия/ Анализ ситуации
5	<i>Тема 5.</i> Цели (глобальные и оперативно-тактические) и задачи коммуникационной стратегии	Практические занятия/ Проблемный семинар
6	<i>Тема 6.</i> Инструменты реализации коммуникационной стратегии компании	Практические занятия/ Кейс-технология
7	<i>Тема 7.</i> Планирование и реализация коммуникационной стратегии бизнес-компании	Практические занятия/ Деловая игра
8	<i>Тема 8.</i> Планирование и реализация коммуникационной стратегии бренда	Практические занятия/ Контрольная работа

## 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 обратится 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
1,2,3, 4,5,6, 7,8	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.



№ темы	Вид самостоятельной работы
5	Подготовка к контрольной точке №1 Выполнение индивидуальных контрольных заданий в рамках кейс-технологии
7	Подготовка к контрольной точке №2 Выполнение индивидуальных контрольных заданий в рамках контрольной работы
1-8	Подготовка к проверке знаний на экзамене.

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

## 8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

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

Активные и интерактивные методы обучения:

- тематическая дискуссия (тема №1);
- кейс-технология (тема №2,6);
- проблемный семинар (тема №3,5);
- анализ ситуации (тема №4);
- деловая игра (тема №7);
- контрольная работа (тема №8)

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные методы обучения:

**Тематические дискуссии** - Дискуссия представляет собой обсуждение, разбор определенного вопроса и способствует развитию логического мышления, умения критически оценивать и творчески усваивать учебный материал. Во время дискуссии преподаватель и обучающиеся пользуются разнообразными приемами и методами. В частности, широко используется беседа. Преподаватель обычно выдвигают спорные вопросы, а обучающиеся отвечают на них, доказывают правильность или ошибочность ответов.

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

**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.

**Проблемный семинар.** Перед изучением раздела курса преподаватель предлагает обсудить проблемы, связанные с содержанием данного раздела, темы. Обучающиеся получают задание отобрать, сформулировать и объяснить проблемы. Во время семинара в условиях групповой дискуссии проводится обсуждение проблем. Метод проблемного семинара позволяет выявить уровень знаний студентов в данной области и сформировать стойкий интерес к изучаемому разделу учебного курса.

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

**Анализ ситуации** - это глубокое и детальное исследование реальной или имитированной ситуации, выполняемое для того, чтобы выявить ее частные и общие характерные свойства. Обсуждение конкретных ситуаций позволяет осуществить выход на компетентностный уровень.

Анализ конкретных ситуаций позволяет не только формировать и отрабатывать важные профессиональные умения, но и осваивать фундаментальные научные знания. Применение данного метода обеспечивает высокую личностную включенность обучающихся в учебный процесс.

## 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
Стратегические коммуникации : учебное пособие / А.Д.Кривоносов [и др.] ; под ред. А.Д.Кривоносова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью . - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 1,05 МБ) . - Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2016 .	Основная	-	<a href="#">ЭБ ОРАС.UNECO N.RU</a>
Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. - Москва : РИОР :	Основная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>

ИНФРА-М, 2018. - 187 с.			
Агафонов, В. А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры : монография / В.А. Агафонов. - Москва : ИНФРА-М, 2018. — 276 с.	Основная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
Дементьева, А. Г. Корпоративное управление: Учебник / Дементьева А.Г. - Москва :Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 496 с.	Основная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
Сальникова, Людмила Сергеевна Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : Учебник / Сальникова Л. С. - 3-е изд., пер. и доп. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2019. - 305 с.	Дополнительная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
Пономарева, Александра Михайловна Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты : Учебное пособие : ВО - магистратура / Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), в г. Миллерово .- Москва : Издательский Центр РИОР, 2016. - 247 с. ВО - Магистратура	Дополнительная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
Зуб, Анатолий Тимофеевич Управление стратегическими изменениями в организациях: Учебник/А.Т.Зуб - Москва : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 384 с.	Дополнительная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
Портер, Майкл Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М.Е., - 6-е изд. - Москва :Альпина Пабли., 2016. - 453 с.	Дополнительная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
Лапыгин, Денис Юрьевич Бизнес-план: стратегия и тактика развития компании / Лапыгин Д.Ю., Лапыгин Ю.Н. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 332 с.	Дополнительная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
Котлер, Филип Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы: Справочное пособие / Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н., - 3-е изд. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 132 с.	Дополнительная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

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

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
---	------------------

1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
7	Электронная библиотека СПБГЭУ– <a href="http://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 (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
3	7-Zip (freeware)
4	FireFox 77.0.1 (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
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 30 посадочных мест; доска меловая 1 шт.; тумба; Компьютер Intel Core 2 Duo E6550 2.3Gh/2Gb/80Gb/.DVD-ROM - 1 шт., Проектор цифровой Acer X1240 - 1 шт., Акустическая система JBL CONTROL 25 WH - 2 шт., Экран с электроприводом Screen Media Champion 203x153cm. MW 4:3. 4-уг. корпус - 1 шт. Наборы	196084, г. Санкт-Петербург, Московский пр., д. 103, лит. А, пом. 1Н, 2Н, Ауд. 204

демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	
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 78 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол 1 шт., доска меловая 1 шт., кафедра 1 шт., вешалка стойка 3 шт., жалюзи 6 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME401X - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 в комплекте - 1 шт., Экран Projecta Compact Electrol 153x200 см Matte White S - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В», Ауд. 207

## **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).