

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.

**ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

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

Составитель:

\_\_\_\_\_ / к.филол.н. Горячев А.А.

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 .....	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

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины	Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью
Цель дисциплины	Цель дисциплины: подготовить обучающихся к выбору и использованию современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в сфере стратегических коммуникации компании.
Планируемые результаты обучения	<p>УК-4</p> <p>Знать: иметь представление о современных коммуникативных технологиях, а также исследованиях в области применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>Уметь: самостоятельно применять современные коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть навыками: отбора современных коммуникативных технологий для достижения целей и задач профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>ОПК-6</p> <p>Знать: актуальные тенденции и универсальные закономерности, связанные с осуществлением рекламной и PR-деятельности в онлайн-среде</p> <p>Уметь: с учётом актуальных тенденций использовать современные компьютерные и телекоммуникационные технологии в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Владеть навыками: применения информационно-коммуникационных технологий в прикладных коммуникациях.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Тема 1. Реклама и PR в Интернете: современные технологии и актуальные тренды</p> <p>Тема 2. Управление сетевыми ресурсами: технологический и коммуникативный аспекты</p> <p>Тема 3. Технологии привлечения трафика. Формирование аудитории цифрового ресурса</p> <p>Тема 4. Вирусная коммуникация. Технологии получения вирального охвата. Продвижение контента в цифровой среде</p> <p>Тема 5. Сообщества, блоги и другие цифровые коммуникационные площадки в продвижении брендов: коммуникативные технологии и актуальные цифровые инструменты</p> <p>Тема 6. Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью: актуальные тенденции и перспективы развития</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

## 1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины:** подготовить обучающихся к выбору и использованию современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в сфере стратегических коммуникации компании.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.О. «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части 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 применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном(ых) языках	Знать: иметь представление о современных коммуникативных технологиях, а также исследованиях в области применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью. Уметь: самостоятельно применять современные коммуникативные технологии в профессиональной деятельности. Владеть навыками: отбора современных коммуникативных технологий для достижения целей и задач профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью.

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном(ых) языках	Знать: иметь представление о современных коммуникативных технологиях, а также исследованиях в области применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью. Уметь: самостоятельно применять современные коммуникативные технологии в профессиональной деятельности. Владеть навыками: отбора современных коммуникативных технологий для достижения целей и задач профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью.
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапространства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	Знать: актуальные тенденции и универсальные закономерности, связанные с осуществлением рекламной и PR-деятельности в онлайн-среде Уметь: с учётом актуальных тенденций использовать современные компьютерные и телекоммуникационные технологии в области рекламы и связей с общественностью. Владеть навыками: применения информационно-коммуникационных технологий в прикладных коммуникациях.

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, из которых 74 часа отводится на самостоятельную работу обучающегося.

Форма промежуточной аттестации: зачёт – 1 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			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Тема 1. Реклама и PR в Интернете: современные технологии и актуальные тренды	2	2	0	9
Тема 2. Управление сетевыми ресурсами: технологический и коммуникативный аспекты	3	2	0	16
Тема 3. Технологии привлечения траффика. Формирование аудитории цифрового ресурса	3	2	0	12
Тема 4. Вирусная коммуникация. Технологии получения вирального охвата. Продвижение контента в цифровой среде	4	4	0	13
Тема 5. Сообщества, блоги и другие цифровые коммуникационные площадки в продвижении брендов: коммуникативные технологии и актуальные цифровые инструменты	4	2	0	12
Тема 6. Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью: актуальные тенденции и перспективы развития	2	4	0	12
Всего за семестр:	18	16	0	74
<b>Всего по дисциплине:</b>	18	16	0	74

## 5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Реклама и PR в Интернете: современные технологии и актуальные тренды.

Этапы развития интернет-технологий. Применение телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью. Сетевые СМИ, блоги, сообщества как результат развития цифровых технологий. SMM в продвижении брендов. Цифровые коммуникации в рекламе и PR, их технологическая составляющая. Компетенции специалиста по прикладным коммуникациям, необходимые для эффективной работы в цифровой среде.

### Тема 2. Управление сетевыми ресурсами: технологический и коммуникативный аспекты.

Выбор оптимального формата корпоративного ресурса. Сайт как основа интернет-коммуникаций. Виды веб-сайтов. Структура и дизайн корпоративного сайта. Юзабилити в проектировании интернет-ресурсов. Оценка эффективности электронного веб-сайта. Управление сетевым сообществом. Оформление корпоративной страницы в соцсетях: основные принципы, используемые технологии. Применение специальных сервисов и приложений в управлении сообществом.

### Тема 3. Технологии привлечения траффика. Формирование аудитории цифрового ресурса.

Типология инструментов, используемых для раскрутки интернет-ресурсов. Таргетированные инструменты привлечения аудитории. Микротаргетинг и

микросегментация. Контекстная реклама. Поисковая оптимизация. Актуальные тенденции в сфере SEO-оптимизации. Продвижение сообществ. Нетипичные способы привлечения трафика.

#### **Тема 4. Вирусная коммуникация. Технологии получения вирального охвата. Продвижение контента в цифровой среде**

Вирусные медиатексты: технологическая сторона и коммуникативный потенциал. Использование вирусов в продвижении брендов. Влияние технических ограничений сетевых площадок на качественные и количественные характеристики распространения вирусных сообщений.

#### **Тема 5. Сообщества, блоги и другие цифровые коммуникационные площадки в продвижении брендов: коммуникативные технологии и актуальные цифровые инструменты.**

Критерии отбора блогов и сообществ для сотрудничества. Сервисы, используемые для автоматизации первичного отбора сетевых ресурсов. Анализ статистики блогов и сообществ: стандартные инструменты и сторонние сервисы. Нативные форматы продвижения. Интеграция как способ преодоления баннерной слепоты. Механизм воздействия и технология подготовки нативных интеграций.

#### **Тема 6. Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью: актуальные тенденции и перспективы развития**

Новейшие цифровые технологии в прикладных коммуникациях. Омниканальность в продвижении брендов. Тенденции и перспективные направления развития информационных технологий и их использования в рекламе и связях с общественностью.

### **6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА**

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1.1	Развитие интернет-технологий	ПЗ: Дискуссия
1.2	Цифровые технологии в рекламе и PR	ПЗ: Дискуссия
2.1	Корпоративные сетевые ресурсы, их создание и использование	ПЗ: Дискуссия, деловая игра
2.2	Технологии в управлении сетевым сообществом	ПЗ: Дискуссия
3	Технологии привлечения трафика и привлечения подписчиков. Поисковая оптимизация.	ПЗ: Анализ кейсов
4	Технологии вирусного продвижения	ПЗ: Практическое задание, деловая игра, дискуссия
5.1	Принципы и методы продвижения в блогосфере.	ПЗ: Дискуссия, анализ кейсов
5.2	Нативное продвижение. Технология подготовки нативных интеграций.	ПЗ: анализ кейсов
6	Перспективы развития цифровых технологий и их использования в прикладных коммуникациях.	ПЗ: дискуссия, информационно-аналитическая 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 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	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
2	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.



№ темы	Вид самостоятельной работы
3	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
4	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине. Подготовка к контрольной точке №1 Выполнение контрольного практического задания.
5	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
6	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине. Подготовка к контрольной точке №2 Выполнение контрольного задания в виде информационно-аналитической работы.

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

Для обучающихся заочной формы обучения разработаны методические рекомендации по выполнению контрольных работ. Методические рекомендации включают в себя все виды самостоятельной работы, предусмотренные для успешного освоения дисциплины.

## 8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» используются разнообразные образовательные технологии – как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- анализ кейсов (темы №3,5);
- деловая игра (темы №2,4);
- дискуссия (темы №1,2,4,5,6);

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные и интерактивные методы обучения:

**Анализ кейсов.** Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Предложенная ситуация рассматривается в совокупности фактов и данных, которым в ходе учебных занятий дается оценка.

**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.

**Дискуссия.** Метод активного обучения, основанный на публичном обсуждении проблемы, специфика которого заключается в совместном поиске ответа на вопрос, выяснении и сопоставлении различных точек зрения, нахождении правильного решения спорного вопроса.

## 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
Музыкант, Валерий Леонидович Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a : Учебник и практикум / Музыкант В. Л.-Электрон. дан.-Москва : Юрайт, 2018.-384 с.	основная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
Дзялошинский, Иосиф Мордкович Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : Учебник для вузов / Дзялошинский И. М., Пильгун М. А.-2-е изд., испр. и доп.-Электрон. дан.-Москва : Юрайт, 2019.-345 с.	основная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
Жильцова, Ольга Николаевна Интернет-маркетинг : Учебник для вузов / под общ. ред. Жильцовой О.Н.-2-е изд., пер. и доп.-Электрон. дан.-Москва : Юрайт, 2019.-301 с.	основная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
Копирайтинг в PR [Электронный ресурс] : практикум / А.Д.Кривоносов, И.А.Кривоносов ; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов, Каф. коммуникац. технологий и связей с общественностью Ч. 1.-Электрон. текстовые дан. (1 файл : 23,5 МБ) СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011.-Имеется печ. Аналог.	дополнительная	19	<a href="#">ЭБ OPAC.UNECO N.RU</a>
Кеннеди, Дэн Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум : Учебное пособие : ВО -	дополнительная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>

Кадры высшей квалификации Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2017.-344 с			
---	--	--	--

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
--	--

<p>Компьютерный класс (для проведения практических занятий, с применением вычислительной техники).          Специализированная мебель и оборудование:          Учебная мебель на 16 посадочных мест (16 компьютерных столов, 16 стульев), учебная мебель на 18 посадочных мест (9 учебных столов, 18 стульев), рабочее место преподавателя, доска маркерная 1 шт., вешалка, стойка, Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 16 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт.,          Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт.,          Экран с электроприводом ScreenMedia Champion 203x153см (SCM-4303) - 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», Ауд. 209</p>
<p>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 29 посадочных мест; доска меловая 1 шт.; тумба; Компьютер Intel Core i5-4460 CPU @ 3.2GHz/8Gb/1Tb/Samsung S23E200 - 1 шт.,          Проектор NEC M350 X - 1 шт., Акустическая система DC драйвер.90 Вт .100V .цвет белый - 2 шт.,          Микшер усилитель Jedia TA-1120 в комплекте - 1 шт., DVD-плеер Pioneer DV-380 S - 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.</p>	<p>196084, г. Санкт-Петербург, Московский пр., д. 103, лит. А, пом. 1Н, 2Н, Ауд. 419</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).