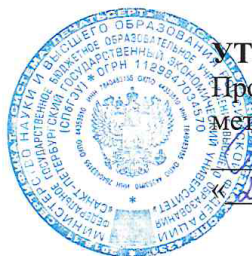


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

Шубаева В.Г./

«*28*» *августа* 20*20* г.

РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ КОНТЕНТА

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:

_____/ к.ф.н. Сыркина А.Н.
_____/ Соина Д.С.

Санкт-Петербург
2020

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
1.ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП.....	5
3.ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	5
4.ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
5.СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	9
6.ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	10
7.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	10
7.1.Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины.....	10
7.2.Организация самостоятельной работы	11
8.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	11
9.РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
9.1.Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	13
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса.....	14
10.ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	14
11.ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	15

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Название дисциплины	Разработка и продвижение контента
Цель и задачи дисциплины	формирование у магистрантов систематизированных научных представлений, практических умений и компетенций в области разработки и продвижения контента и их применение в профессиональной деятельности.
Планируемые результаты обучения	<p>УК-4.</p> <p>Знать: современные методы и информационные технологии для коммуникации; возможности современных компьютерных программ по поиску информации и хранению данных.</p> <p>Уметь: использовать программные средства для поиска и обмена информацией в том числе использованием глобальной сети интернет.</p> <p>Владеть: методами работы в поисковых системах, компьютерных сетях и сети Интернет, владеть навыками выбора на иностранном языке коммуникативно приемлемой стратегии академического и профессионального общения владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной иноязычной речи.</p> <p>Знать: систему норм деловой и профессиональной информации на русском и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>Уметь: осуществлять деловую и профессиональную коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>Владеть: навыками анализа и критического оценивания деловой информации на русском и иностранном(ых) языке(ах): навыками использования брендбука, гайдлайна, составления контента.</p> <p>ПК-1.</p> <p>Знать: методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной контент-стратегии, коммуникационного контент-проекта</p> <p>Уметь: применять полученные знания на практике</p> <p>Владеть: навыками разработки управления эффективной коммуникационной контент-стратегии</p> <p>ПК-3.</p> <p>Знать: методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной контент-стратегии, коммуникационного контент-проекта</p> <p>Уметь: применять полученные знания на практике</p> <p>Владеть: навыками разработки управления эффективной коммуникационной контент-стратегии</p> <p>ПК-6.</p> <p>Знать: этапы формирования репутационного образа компании/бренда посредством разработки, реализации контент-стратегии</p> <p>Уметь: разрабатывать репутационный контент компании/бренда</p> <p>Владеть: навыками разработки и анализа репутационного контента компании/бренда.</p>
Темы дисциплины	<p>Тема 1. Введение. Понятие и видовые особенности контента.</p> <p>Тема 2. Веб-райтинг: специфика разработки и продвижения.</p> <p>Тема 3. Продающие тексты.</p> <p>Тема 4. Графический контент.</p> <p>Тема 5. Фотохостинг: инфографика и графические изображения.</p>

	Тема 6. Контент сайта, лендинга и мобильного приложения. Тема 7. Поисковая оптимизация контента. Тема 8. Контент сообществ в социальных сетях. Тема 9. Контент рассылок. Тема 10. Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности разработки и продвижения контента.
Кафедра	Коммуникативных технологий и связей с общественностью

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

- формирование у магистрантов систематизированных научных представлений, практических умений и компетенций в области разработки и продвижения контента и их применение в профессиональной деятельности
 - усвоение магистрантами системы знаний о технологиях разработки и продвижения контента; о прикладном характере этих знаний в области их будущей профессиональной деятельности;
 - формирование у студентов умений, навыков и компетенций, направленных на разработку и продвижение контент-продукта;
 - формирование умений, навыков и компетенций планирования и анализа эффективности коммуникационной контент-стратегии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Разработка и продвижение контента» относится Блоку 1 Б1.Ф к части, 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

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	<p>УК-4.1. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках</p> <p>УК-4.3. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Знать: современные методы и информационные технологии для коммуникации; возможности современных компьютерных программ по поиску информации и хранению данных.</p> <p>Уметь: использовать программные средства для поиска и обмена информацией в том числе использованием глобальной сети интернет.</p> <p>Владеть: методами работы в поисковых системах, компьютерных сетях и сети Интернет, владеть навыками выбора на иностранном языке коммуникативно приемлемой стратегии академического и профессионального общения владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной иноязычной речи.</p> <p>Знать: систему норм деловой и профессиональной информации на русском и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>Уметь: осуществлять деловую и профессиональную коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>Владеть: навыками анализа и критического оценивания деловой информации на русском и иностранном(ых) языке(ах): навыками использования брендбука, гайдлайна, составления контента.</p>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК1.1. Осуществляет стратегическое планирование и реализацию коммуникационных проектов и мероприятий; использует творческие технологии для поиска идеи и планирования эффективного коммуникационного проекта/кампании	<p>Знать: этапы стратегического планирования и реализации контент-стратегии, методические и нормативные материалы, техническую документацию, творческие технологии, методы оценки эффективности при разработке и реализации контент-стратегии.</p> <p>Уметь: планировать и реализовывать коммуникационные проекты по разработке и продвижению контента; осуществлять контроль над соблюдением установленных требований, действующих норм, правил и стандартов.</p> <p>Владеть: навыками коммуникационно-информационных, творческих технологий, навыками оценки эффективности при разработке и реализации контент-стратегии</p>
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	<p>Знать: методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной контент-стратегии, коммуникационного контент-проекта</p> <p>Уметь: применять полученные знания на практике</p> <p>Владеть: навыками разработки управления эффективной коммуникационной контент-стратегии</p>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-6. Способен разрабатывать коммуникационную политику компаний и брендов, а также анализировать их эффективность	ПК-6.1 Формулирует целевой репутационный образ компании/бренда	Знать: этапы формирования репутационного образа компании/бренда посредством разработки, реализации контент-стратегии Уметь: разрабатывать репутационный контент компании/бренда Владеть: навыками разработки и анализа репутационного контента компании/бренда

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося согласно РУП отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 3 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. Введение. Понятие и видовые особенности контента.	2	4		8
Тема 2. Веб-райтинг: специфика разработки и продвижения.	2	4		8
Тема 3. Продающие тексты.	2	4		8
Тема 4. Графический контент.	2	6		10
Тема 5. Фотохостинг: инфографика и графические изображения	2	6		14
Тема 6. Контент рассылок	2	4		14
Тема 7. Поисковая оптимизация контента.	2	4		14
Тема 8. Контент сообществ в социальных сетях.	2	4		12
Тема 9. Контент сайта, лендинга и мобильного приложения.	2	4		14
Тема 10. Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности разработки и продвижения контента	2	6		10
Всего по дисциплине:	22	46		112

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Тема 1. Введение.

1. Понятие, сущность и видовые особенности контента (текстовый, графический, видео, аудио). Характеристика разных каналов распространения контента (публикации на сайте, рассылки, соцсети, публикации на сторонних площадках и т.д.). Разработка коммуникационной контент-стратегии. Контентный план. Бриф как основа создания контент-продукта (методические, нормативные и технические особенности). Креативные технологии в разработке и продвижении коммуникационной контент-стратегии.

Тема 2. Веб-райтинг.

Информационно-технологические этапы разработки текста и его продвижения. Решение коммуникационных задач. Уникальность текста и его семантический анализ. Программы и сервисы для веб-райтера.

Тема 3. Продающие тексты.

Структура продающего текста. Модели построения продающих текстов. Схемы написания продающих текстов. УТП в продающих текстах. Продающие тексты для корпоративных сайтов и интернет-магазинов.

Тема 4. Графический контент.

Процессы формирования целевого визуального репутационного образов компании/бренда. Обработка графики для сайтов. Графический контент в текстах для сайта. Графический контент для интернет-магазинов. Графический контент для продающих текстов.

Тема 5. Фотохостинг: инфографика и графические изображения.

Программы и сервисы для поиска идей и графических решений при разработке контента. Особенности макетирования. Технологические этапы разработки графического контента. Специфика графических программ Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, InDesign.

Тема 6. Контент рассылок.

Платформа для рассылок. Рассылки информативные, триггерные и с предложением. Сегментация по географии, по активности клиентов, по предпочтениям и интересам. Методы отслеживания уровня отписок и попадания в спам. Креативный E-mail-контент в увеличении конверсии и лояльности. Специфика СМС рассылок.

Тема 7. Поисковая оптимизация контента.

Современные технологии оптимизации. Поисковые системы. Виды SEO-текстов. Семантическое ядро. SEO-анализ текстов (тошнота текста, классическая тошнота, академическая тошнота). Метод измерения частотности слова. Расчет частотности ключевых слов. Водность текста. Стоп-слова. Влияние водности текстов на ранжирование.

Тема 8. Контент сообществ в социальных сетях.

Специфика создания и оформления сообществ. Мониторинг социальных сетей и блогов. Таргетинг и ретаргетинг. Реализация SMM-стратегии. Эффективные методы продвижения сообщества. Оценка эффективности.

Тема 9. Контент сайта, лендинга и мобильного приложения.

Семантическое ядро. Виды CMS. Хостинг. Доменное имя сайта. URL сайта.

Тема 10. Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности разработки и продвижения контента.

Разработка управленческих решений по бюджету рекламной деятельности. Оценка рекламной деятельности. Комплексная оценка результата рекламных коммуникаций по трафику, по вовлеченности, по восприятию, по конверсиям

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия – 3 семестр

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Наименование оценочных средств
1	2	3
1	Разработка коммуникационной контент-стратегии. Контентный план. Бриф как основа создания контент-продукта. Креативные технологии в разработке и продвижении коммуникационной контент-стратегии.	Практические занятия/ Тематическая дискуссия
2	Уникальность текста. Семантический анализ.	Практические занятия/ Проблемный семинар
3	УТП в продающих текстах. Подающие тексты для корпоративных сайтов и интернет-магазинов.	Практические занятия/ Практическое задание
4	Графический контент	Практические занятия/ Кейс-технологии
5	Специфика графических программ Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, InDesign	Практические занятия/ Творческое задание
6	Креативный E-mail-контент в увеличении конверсии и лояльности.	Практические занятия/ Практическое задание
7	SEO-оптимизация контента. SEO и поисковые системы.	Практические занятия/ Деловая игра
8	Контент сообществ в социальных сетях.	Практические занятия/ Кейс-технологии
9	Структура и специфика семантического ядра.	Практические занятия/ Практическое задание
10	Комплексная оценка результата рекламных коммуникаций по трафику, по вовлеченности, по восприятию, по конверсиям	Практические занятия/ Кейс-технологии

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
3 семестр	
1-10	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
5	Подготовка к контрольной точке №1 Выполнение индивидуальных контрольных заданий в виде доклада-презентации.
10	Подготовка к контрольной точке №2 Выполнение индивидуальных контрольных заданий в виде практического задания
1-10	Подготовка к экзамену

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

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Разработка и продвижение контента» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения (3 семестр):

- тематические дискуссии (тема №1.);
- кейс-технологии (тема №4,5,10);
- деловые игры (тема №7);
- проблемный семинар (тема №2);

- творческое задание (тема №5)
- практическое задание (тема 10)

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.

Творческое задание. Данные задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов. Данный вид заданий дает возможность найти свое собственное «правильное» решение. Выполнение творческих заданий требуют от обучающегося воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода: подборка примеров из практики; подборка материала по определенной проблеме и т.п. Важно, чтобы обучающийся научился структурировать, анализировать, сопоставлять материал, а

также сравнить изложение изучаемой темы разных авторов , и обосновать свои предложения о наиболее целесообразной форме представления материала.

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

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое и информационное 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
Шпаковский, Вячеслав Олегович PR-дизайн и PR-продвижение: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Егорова Е.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с .	Основная	-	ЭБС ZNANIUM
Шпаковский, Вячеслав Олегович Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с .	Основная	-	ЭБС ZNANIUM
Кеннеди, Дэн Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум : Учебное пособие : ВО - Кадры высшей квалификации. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2017. - 344 с.	Основная	-	ЭБС ZNANIUM
Загребельный, Григорий Вячеславович Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас : Практическое руководство. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 270 с.	Дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
Кузьмина, Ольга Геннадьевна Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с .	Дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM

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 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
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. 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. 202

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).