

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского  
федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:55

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58480412a218e198

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Зам. директора по учебной работе

Н.В.Данченко

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Социальная и государственная реклама**

Направление подготовки  
Направленность (профиль)

Год начала обучения

Форма обучения

Реализуется в семестре

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Коммуникативные технологии и реклама

2024

очная

5

**РАЗРАБОТАНО:**

Доцент кафедры ФиБУ

Шульга К.В.

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Социальная и государственная реклама» является формирование у студентов знаний в области социальной и государственной рекламы, а также формирование умений и навыков в рамках технологических циклов создания социальной и государственной рекламы.

Предусмотренный учебным планом объем материала позволяет решить следующие задачи:

- ознакомление с одной из форм массовых коммуникаций – социальной рекламой, базовых понятий дисциплины, основных этапов развития;
- выявление особенностей российской социальной рекламы, а также современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов, умения применять их на практике;
- формирование у будущих бакалавров в области рекламы, связей с общественностью способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста, профессиональных компетенций, необходимых для создания социальной и государственной рекламы.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социальная и государственная реклама» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, блока 1 ОП ВО подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Её освоение происходит в 5 семестре.

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Социальная и государственная реклама», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| Код, формулировка компетенции                                                                                                    | Код, формулировка индикатора                                                                                                               | Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта. | ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта                           | РЗ: Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые                                                                                                                        |
|                                                                                                                                  | ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта              | исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых                                                                                         |
|                                                                                                                                  | ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта. | для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов |

|                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                | на сайте                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| ПК-11. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. | ИД-1 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий | Р3: Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте |
|                                                                                                                                                                                                             | ИД-2 ПК-11 Выбирает и использует подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                             | ИД-3 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии                                                                                                      | ИД-1 ПК-12 Знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий                                                                                                                          | Р3: Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте |
|                                                                                                                                                                                                             | ИД-2 ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                             | ИД-3 ПК-1 Владеет тактиками планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК-17. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.                                                                                 | ИД-1 ПК-17 Знает инструменты внутренних коммуникаций                                                                                                                                                                           | Р4: Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                             | ИД-2 ПК-17 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                             | ИД-3 ПК-17 Владеет навыками формирования корпоративной культуры организации                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ. |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. Объем учебной дисциплины

|                                                     |                       |
|-----------------------------------------------------|-----------------------|
| Объем занятий: всего: 3 з.е., 108 акад.ч.           | ОФО,<br>в акад. часах |
| <b>Контактная работа:</b>                           | 36                    |
| Лекции/из них практическая подготовка               | 18                    |
| Лабораторных работ/из них практическая подготовка   | -                     |
| Практических занятий/из них практическая подготовка | 18/4                  |
| <b>Самостоятельная работа</b>                       | 72                    |
| <b>Формы контроля</b>                               |                       |
| Зачет с оценкой                                     | 5 семестр             |

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества астрономических часов и видов занятий**

| №                                | Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Формируемые компетенции, индикаторы                                                                            | очная форма                                                                                   |                      |                     |                               | заочная форма                                                                                 |                      |                     |                               | очно-заочная форма                                                                            |                      |                     |                               |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                | Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов |                      |                     | Самостоятельная работа, часов | Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов |                      |                     | Самостоятельная работа, часов | Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов |                      |                     | Самостоятельная работа, часов |
|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                | Лекции                                                                                        | Практические занятия | Лабораторные работы |                               | Лекции                                                                                        | Практические занятия | Лабораторные работы |                               | Лекции                                                                                        | Практические занятия | Лабораторные работы |                               |
| Очная форма обучения – 5 семестр |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                |                                                                                               |                      |                     |                               |                                                                                               |                      |                     |                               |                                                                                               |                      |                     |                               |
| 1                                | <b>Тема 1. Теоретические основы социальной рекламы</b><br>Реклама в системе общественных отношений. Понятие, функции, виды. Определение понятия, сущность и принципы социальной и государственной рекламы. Основные функции социальной и государственной рекламы. Сравнительный анализ социальной и коммерческой рекламы. Классификации социальной и государственной рекламы. Социальная и государственная реклама как механизм управления общественным мнением и поведением. | ПК-8 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-11 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-17 (ИД-1, ИД-2, ИД-3) | 2                                                                                             | 2                    | -                   | 8                             | -                                                                                             | -                    | -                   | -                             | -                                                                                             | -                    | -                   | -                             |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | <p><b>Тема 2. История становления социальной рекламы в России</b></p> <p>Предпосылки социальной рекламы в России XIX-до начала XX вв. Социальная реклама послереволюционного десятилетия (начало XX в). Средства и производители социальной рекламы в советское время. Тематика советской социальной рекламы довоенного периода. Особенности советской социальной рекламы военного периода. Приоритеты социальной рекламы в 60-80гг. XX в.</p> | <p>ПК-8 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br/>ПК-11 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br/>ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br/>ПК-17 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p> | 2 | 2 | - | 8 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 3 | <p><b>Тема 3. Социальная реклама в странах Запада: история становления и законодательство</b></p> <p>Современная законодательная база социальной рекламы в странах Запада. Западноевропейская практика социальной рекламы. Социальная реклама в США. Современная отечественная и зарубежная социальная реклама: общие черты и отличия.</p>                                                                                                     | <p>ПК-8 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br/>ПК-11 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br/>ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br/>ПК-17 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p> | 2 | 2 | - | 8 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 4 | <p><b>Тема 4. Социальная реклама как форма представления социальной информации</b></p> <p>Средства распространения социальной рекламы. Регулирование деятельности по созданию социальной рекламы.</p>                                                                                                                                                                                                                                          | <p>ПК-8 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br/>ПК-11 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br/>ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br/>ПК-17 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p> | 2 | 2 | - | 8 | - | - | - | - | - | - | - | - |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                |   |     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | <b>Тема 5. Система объектов социальной рекламы</b><br>Понятие роль, и сущность социальной рекламы в обществе. Классификация современной социальной рекламы. Основные функции социальной рекламы. Объекты социальной рекламы                           | ПК-8 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-11 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-17 (ИД-1, ИД-2, ИД-3) | 2 | 2/4 | - | 8 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 6 | <b>Тема 6. Особенности сегментирования целевой аудитории социальной рекламы</b><br>Типы сегментирования аудитории социальной рекламы. Особенности рекламы для разных целевых групп.                                                                   | ПК-8 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-11 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-17 (ИД-1, ИД-2, ИД-3) | 2 | 2   | - | 8 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 7 | <b>Тема 7. Эффективность социальной рекламы</b><br>Учет параметров социальной статистики в рекламной кампании. Социальная динамика в механизме инновационных процессов. Предупреждение девиантного поведения средствами рекламы. Социальный контроль. | ПК-8 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-11 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-17 (ИД-1, ИД-2, ИД-3) | 2 | 2   | - | 8 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 8 | <b>Тема 8. Стратегии рекламирования социально значимых идей, посвященных защите природы</b><br>Типы стратегий. Креативные технологии создания социальной рекламы, посвященных защите природы. Перспективы развития.                                   | ПК-8 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-11 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-17 (ИД-1, ИД-2, ИД-3) | 2 | 2/4 | - | 8 | - | - | - | - | - | - | - | - |

|   |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                |           |             |   |           |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------|---|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 9 | <b>Тема 9. Стратегии рекламирования социально значимых идей, посвященных защите человека</b><br>Типы стратегий. Креативные технологии создания социальной рекламы, посвященных защите человека. Перспективы развития. | ПК-8 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-11 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3),<br>ПК-17 (ИД-1, ИД-2, ИД-3) | 2         | 2           | - | 8         | - | - | - | - | - | - | - | - |
|   | <b>ИТОГО</b>                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                | <b>18</b> | <b>18/4</b> | - | <b>72</b> | - | - | - | - | - | - | - | - |

## **6. Фонд оценочных средств по дисциплине**

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Социальная и государственная реклама» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

## **7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически заверченный раздел.

Лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

## **8. Учебно-методическое информационное обеспечение дисциплины**

### **8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **8.1.1. Перечень основной литературы:**

1. Мандель Б.Р. Социальная реклама: учебное пособие: [для студентов вузов, обучающихся по напр. "Экономика"]/Б.Р. Мандель. – Москва: Вузовский учебник: Инфра-М, 2019. – 302с.: ил., табл. – (Вузовский учебник). – Гриф: Доп. УМО. – Библиогр.: с. 298-299. – ISBN 978-5-9558-0177-3. – ISBN 978-5-16-004483-5

#### **8.1.2. Перечень дополнительной литературы:**

1. Социальная реклама: учебное пособие/Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др.; ред. Л.М. Дмитриева. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 271 с.: схем., табл., ил. - (Азбука рекламы). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01544-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141>
2. Кириллова В.Л. PR в некоммерческом секторе: практическое пособие/В. Л. Кириллова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 129 с.: ил. – Режим доступа: по

подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298176>. – ISBN 978-5-4475-3970-2.

3. Марусева И.В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование)/И. В. Марусева. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 421с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-4568-0.

4. Реклама и PR. Смена стратегий в новую эпоху/под ред. Е. А. Карцевой. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 200 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602505>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1903-8.

## **8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

1. Методические указания по выполнению практических работ.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы.

## **8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
2. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения информационных справочных систем**

**Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:**

<http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система (СПС, КонсультантПлюс)

<http://www.garant.ru/> - Справочно-правовая система

**Программное обеспечение:** Microsoft Windows Professional Russian Upgrade/Software  
Операционная система: Microsoft Windows 8: Бессрочная лицензия. Договор № 01-эа/13 от 25.02.2013.

2. Операционная система: Microsoft Windows 10: Бессрочная лицензия. Договор № 544-21 от 08.06.2021.

3. Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2013: договор № 01-эа/13 от 25.02.2013г., Лицензия Microsoft Office <https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674>

## **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

|                      |                                                                                                                                                        |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекционные занятия   | Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащённая оборудованием и техническими средствами обучения. Комплект учебной мебели, доска учебная. |
| Практические занятия | Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащённая оборудованием и техническими средствами обучения. Комплект учебной мебели, доска учебная. |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Самостоятельная работа  | Помещение для самостоятельной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде института. Комплект учебной мебели; доска учебная; мультимедийное оборудование: компьютеры; проектор стационарный; экран настенный. |
| Практическая подготовка | Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении                                                                                                                      |

## 11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

## **12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения**

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (Bigbluebutton, Microsoft Teams, а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает

представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.