

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухов Тимур Александрович

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

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:54

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

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 УР

Пятигорского института (филиал) СКФУ

Н.В. Данченко

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется в

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Коммуникативные технологии и реклама
2024
очная
3,4 семестре

Разработано

Доцент кафедры «Лингвистика и межкультурная
коммуникация»
Агоева М.М.

г. Пятигорск 2024 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью» является формирование у студентов компетенций УК-4 как средств, позволяющих обеспечить коммуникативно-познавательные потребности в сферах академической, профессиональной и социально-гуманитарной деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- развивать устойчивый интерес к изучению иностранного языка;
- стимулировать творческую активность студентов;
- стимулировать научно-исследовательскую деятельность студентов.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью» относится к дисциплине обязательной части учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Ее освоение происходит в 3,4 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
УК – 4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1 выбирает приемлемый стиль делового общения на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами в устной и письменной формах;	Владеет грамматическими конструкциями и лексико-грамматическим минимумом в объеме, необходимом для эффективной социокультурной коммуникации в устной и письменной формах; выбирает коммуникативно приемлемый стиль делового общения на иностранном языке, вербальные средства взаимодействия с партнерами в устной и письменной формах; ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на иностранном языке.
	ИД-2 использует информационно-коммуникационные технологии для повышения эффективности профессионального взаимодействия, поиска необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках;	Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на иностранном языке; владеет техникой работы с разнообразной информационно-справочной литературой (включая файлы Интернета и электронно-справочную литературу).
	ИД-3 оценивает эффективность применяемых коммуникативных технологий в профессиональном взаимодействии на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках, производит выбор	Владеет приемами самостоятельной работы с языковым материалом (лексикой, грамматикой, фонетикой) с использованием справочной и учебной литературы; демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного на государственный язык и обратно;

	оптимальных речевых средств.	выбирает оптимальные речевые средства и применяет эффективные коммуникативные технологии на иностранном языке в сферах социально-культурного, академического и профессионального общения.
--	------------------------------	---

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля

Объем занятий: всего: 7 з.е., 252 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	106
Лекции/из них практическая подготовка	-
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	-
Практических занятий/из них практическая подготовка	106/-
Самостоятельная работа	119
Формы контроля	27
Экзамен	4 семестр
Зачет	3 семестр

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма			
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
3 семестр						
Раздел 1. Advantages and Disadvantages of Advertising						
1	Тема 1. <i>Практика речи:</i> Public Relations Advertising. <i>Грамматика:</i> Прошедшее время группы Indefinite неправильных глаголов.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
2	Тема 2. <i>Практика речи:</i> Distinctive Features of Public Relations Advertising. <i>Грамматика:</i> Место прямого, косвенного и предложного дополнений.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
3	Тема 3. <i>Практика речи:</i> Advantages of Advertising. <i>Грамматика:</i> Глагол «to have» и оборот «have got».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
4	Тема 4. <i>Практика речи:</i> Control of the Message. <i>Грамматика:</i> Неопределенные местоимения «some, any».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
5	Тема 5. <i>Практика речи:</i> Disadvantages of Advertising. <i>Грамматика:</i> Оборот «there is, there are» в настоящем и прошедшем временах группы Indefinite .	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
6	Тема 6. <i>Практика речи:</i> Credibility. <i>Грамматика:</i> Модальные глаголы «can, may, must».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4

7	Тема 7. <i>Практика речи:</i> Timing and Context. <i>Грамматика:</i> Настоящее время группы Perfect.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
Раздел 2. Types of Public Relations Advertising						
8	Тема 8. <i>Практика речи:</i> Basic Types of PR Advertising. <i>Грамматика:</i> Выражение долженствования в английском языке.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
9	Тема 9. <i>Практика речи:</i> Image-building. <i>Грамматика:</i> Вопросительно-отрицательные предложения.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
10	Тема 10. <i>Практика речи:</i> Investor and Financial Relations. <i>Грамматика:</i> Сложноподчиненные предложения.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
11	Тема 11. <i>Практика речи:</i> Forms of Financial Advertising. <i>Грамматика:</i> Будущее время группы Indefinite.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
12	Тема 12. <i>Практика речи:</i> Public Service. <i>Грамматика:</i> Сложноподчиненные предложения (продолжение).	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
13	Тема 13. <i>Практика речи:</i> Advocacy. <i>Грамматика:</i> Согласование времен.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
14	Тема 14. <i>Практика речи:</i> Announcement. <i>Грамматика:</i> Согласование времен (продолжение).	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
Раздел 3. The Basics of a Print Ad						
15	Тема 15. <i>Практика речи:</i> Key Elements of a Print Advertisement. <i>Грамматика:</i> Глаголы «to speak, to talk, to say, to tell».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
16	Тема 16. <i>Практика речи:</i> Using an Advertising Agency. <i>Грамматика:</i> Выражение просьбы или приказа, обращенных к 1-му или 3-му лицу, при помощи глагола «let».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4

17	Тема 17. <i>Практика речи:</i> Other Advertising Channels. <i>Грамматика:</i> Дополнительные придаточные предложения, введенные союзом «if» или «whether».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
18	Тема 18. <i>Практика речи:</i> Posters. <i>Грамматика:</i> Сочетания «alittle, afew».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	4
ИТОГО за 3 семестр				36		72
4 семестр						
19	Тема 19. <i>Практика речи:</i> SponsoredBooks. <i>Грамматика:</i> Страдательный залог.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
20	Тема 20. <i>Практика речи:</i> T-Shirts or “Walking Ads”. <i>Грамматика:</i> Специальные вопросы в косвенной речи.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
21	Тема 21. <i>Практика речи:</i> ButtonsandStickers. <i>Грамматика:</i> Прошедшее и будущее время группы Continuous.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
22	Тема 22. <i>Практика речи:</i> Hot Lines and Toll Free Numbers. <i>Грамматика:</i> Просьба и приказание в косвенной речи.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
23	Тема 23. <i>Практика речи:</i> OutdoorAdvertising. <i>Грамматика:</i> Придаточные предложения следствия.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
24	Тема 24. <i>Практика речи:</i> Advertising Is a Major Industry. <i>Грамматика:</i> Степени сравнения прилагательных.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
25	Тема 25. <i>Практика речи:</i> ThePress. <i>Грамматика:</i> Именные безличные предложения.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
26	Тема 26. <i>Практика речи:</i> PrintedDocuments. <i>Грамматика:</i> Степени сравнения наречий.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
27	Тема 27. <i>Практика речи:</i> BrandedContent. <i>Грамматика:</i> Сравнительные конструкции «as ... as, notso ... as».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2

Раздел 4. Formation of Public Relations						
28	Тема 28. <i>Практика речи:</i> What is Public Relations? <i>Грамматика:</i> Глагольные безличные предложения.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
29	Тема 29. <i>Практика речи:</i> Ancient Origins of Public Relations. <i>Грамматика:</i> Слова-заместители.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
30	Тема 30. <i>Практика речи:</i> Public Relations in Religious History. <i>Грамматика:</i> Употребление артикля с именами собственными.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
31	Тема 31. <i>Практика речи:</i> Public Relations in Colonization. <i>Грамматика:</i> Неопределенные местоимения, производные от «some, any, no, every».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
32	Тема 32. <i>Практика речи:</i> Public Relations in Colonial America. <i>Грамматика:</i> Причастные обороты с причастием I и II в функции определения и обстоятельства.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
33	Тема 33. <i>Практика речи:</i> Modern History of Public Relations. <i>Грамматика:</i> Причастные обороты с причастием I в функции обстоятельства.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
34	Тема 34. <i>Практика речи:</i> The Internet Advertising. <i>Грамматика:</i> Конструкция: сложное дополнение после глаголов «to want, to expect, should (would) like».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
35	Тема 35. <i>Практика речи:</i> BuzzMarketing. <i>Грамматика:</i> Двойные степени сравнения.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
36	Тема 36. <i>Практика речи:</i> Sales Promotions and Displays. <i>Грамматика:</i> Употребление герундия после глаголов «to stop, to finish, to continue, to begin, to go on, to mind».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
37	Тема 37. <i>Практика речи:</i> Direct mail and e-mail. <i>Грамматика:</i> Прошедшее время группы Perfect.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	

38	Тема 38. <i>Практика речи:</i> Logos. <i>Грамматика:</i> Конструкция «сложное дополнение» после глаголов восприятия.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
39	Тема 39. <i>Практика речи:</i> Public Relations and Lobbying. <i>Грамматика:</i> Возвратные местоимения.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
40	Тема 40. <i>Практика речи:</i> Event and Sports Sponsorship. <i>Грамматика:</i> Конструкция сложное дополнение после глагола «to make».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
41	Тема 41. <i>Практика речи:</i> Product and Corporate Advertising. <i>Грамматика:</i> Союз «neither ... nor».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
Раздел 5. Mass Media						
42	Тема 42. <i>Практика речи:</i> Mass Media Effects. <i>Грамматика:</i> Союзы «either ... or; both ... and» .	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
43	Тема 43. <i>Практика речи:</i> Mass Media Influence. <i>Грамматика:</i> Сокращенные утвердительные и отрицательные предложения типа «so shall I, neither did he».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
44	Тема 44. <i>Практика речи:</i> Different Types of Mass Media. <i>Грамматика:</i> Будущее время группы Perfect.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
45	Тема 45. <i>Практика речи:</i> What is the Importance of Public Opinion in Media. <i>Грамматика:</i> Будущее в прошедшем.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
Раздел 6. PR VS Marketing						
46	Тема 46. <i>Практика речи:</i> PR and Marketing. <i>Грамматика:</i> Расчлененные вопросы.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
47	Тема 47. <i>Практика речи:</i> How to Choose Between PR & Advertising. <i>Грамматика:</i> Модальный глагол «needn't».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
48	Тема 48. <i>Практика речи:</i> Public Relations Process. <i>Грамматика:</i> Времена группы Perfect страдательного залога.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	

49	Тема 49. <i>Практика речи:</i> Public Relations Tools. <i>Грамматика:</i> Восклицательные предложения.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	2
50	Тема 50. <i>Практика речи:</i> Creating a Successful PR Campaign. <i>Грамматика:</i> Указательное местоимение «such».	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
51	Тема 51. <i>Практика речи:</i> The Most Successful PR Campaign of 2012. <i>Грамматика:</i> Род и число имен существительных.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
52	Тема 52. <i>Практика речи:</i> Public Relations Evolution. <i>Грамматика:</i> Краткие ответы на общие вопросы.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	
53	Тема 53. <i>Практика речи:</i> Nine Essential Skills for Any Public Relations Professional. <i>Грамматика:</i> Неличные формы глагола.	ИД-1 УК-4 ИД-2 УК-4 ИД-3 УК-4	-	2	-	5
	ИТОГО за 4 семестр	-	-	70	-	47
	ИТОГО за 3,4 семестр	-	-	106	-	119

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине (модулю) «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. 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 (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);

- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён 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 и информационное обеспечение дисциплины

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

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Жигунова, Ж. Г. Английский язык для обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» : учебное пособие / Ж. Г. Жигунова, Ю. Е. Костерина, Е. В. Шило. — Омск : Омский государственный технический университет, 2019. — 88 с. — ISBN 978-5-8149-2786-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115404.html> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Зубков, А. Д. EnglishforPublicRelationsandMarketing = Английский в сфере связей с общественностью и маркетинга: практикум : учебное пособие / А. Д. Зубков ; под редакцией Е. Ю. Выборновой. — Новосибирск : СГУПС, 2021. — 72 с. — ISBN 978-5-00148-241-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/270851> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Английский язык для специалистов в сфере массовых коммуникаций : учебное пособие / составитель Л. И. Колесник [и др.]. — Нижневартовск : НВГУ, 2020. — 121 с. —

ISBN 978-5-00047-567-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/208139> (дата обращения: 22.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2. Методические указания по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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

1. <http://www.bbc.co.uk> - ресурсы и материалы BBC
2. <http://www.s-english.ru> – ресурсы для изучения английского языка
3. <http://www.engvid.com> - ресурсы для изучения английского языка
4. <http://www.english-globe.ru> - ресурсы для изучения английского языка
5. <https://www.englex.ru> - платформа для интерактивного изучения английского языка
6. <http://www.biblioclub.ru> - Университетская Библиотека онлайн

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

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

1. <http://www.multitran.ru> - электронный словарь
2. <https://www.context.reverso.net> – оптимальный словарь и инструмент для перевода на основе искусственного интеллекта
3. <https://www.ru.glosbe.com> – онлайн словарь

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

1	https://www.wiktionary.en-academic.com – словари и энциклопедии
2	http://www.britannica.com – универсальная энциклопедия на английском языке

Программное обеспечение:

1	OC Windows Professional Russian
2	Microsoft Office Russian License

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

Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

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 обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины 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 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, MicrosoftTeams, 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.