

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 12:00:55

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 (МОДУЛЯ)

Проектная мастерская по аудио- и видеорекламе

Направление подготовки

общественностью

Направленность (профиль)

Год начала обучения

Форма обучения

Реализуется в

42.03.01 Реклама и связи с

Коммуникативные технологии и реклама

2024

очная

7 семестре

Разработано

Доцент кафедры «Финансы и бухгалтерский учет»

Асрян Г.А.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний об аппаратном и программном обеспечении; практических навыков в области компьютерной графики, её видах; умений использовать различные программы для создания и обработки графических изображений и фотоаппаратуру для получения качественных фотоснимков.

Задачи освоения дисциплины:

- дать студентам знания об основных понятиях, методах и алгоритмах, применяемых в компьютерной графике и фотосъемке;
- познакомить студенческий контингент с работой в графических редакторах при подготовке рекламной продукции;
- владеть навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Проектная мастерская по аудио- и видеорекламе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается в 7 семестре.

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

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-5. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	ИД-1 ПК-5 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. ИД-2 ПК-5 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. ИД-3 ПК-5 Владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Уметь организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ, создавать и редактировать информационные ресурсы, осуществлять ввод и обработку текстовых данных на сайте Владеть принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-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.

ПК-7 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампаний при создании коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-7 Знает современные исследования по планированию рекламной и PR-кампаний при создании коммуникационного продукта. ИД-2 ПК-7 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампаний при создании коммуникационного продукта. ИД-3 ПК-7 Владеет навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампаний при создании коммуникационного продукта.	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
---	--	---

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е. 144 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	36/4
Лекции/из них практическая подготовка	
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	36/4
Практических занятий/из них практическая подготовка	
Самостоятельная работа	108
Формы контроля:	
Зачет с оценкой	7 семестр
Курсовой проект	7 семестр

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

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная 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
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Рекламный продукт: специфика и стратегии продвижения выявить специфику рекламного продукта и определить основные стратегии продвижения креативной рекламной продукции	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
2	Креативные и коммуникационные стратегии в рекламе сформулировать и проанализировать основные креативные и коммуникационные стратегии в рекламе	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
3	Бренд-менеджмент: рекламные стратегии сделать комплексное описание известных брендов в социокультурные сферы, в арт-индустрии и сформулировать их коммуникационную и креативную концепции	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				

4	Фирменное наименование и товарный знак: особенности разработки проследить этапы разработки фирменного наименования и товарного знака и выявить их особенности	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2/2	6				
5	Рекламное творчество и его концепции. Рекламный креатив и вопросы создания. Визуальные образы в рекламе сформулировать концепции рекламного творчества и выделить этапы творческого процесса в рекламе	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
6	Проявление творчества в процессе составления рекламного обращения изучить правила создания креативной рекламы и составления рекламных обращений	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
7	Рекламное агентство: организация творческой деятельности проследить организацию творческой деятельности рекламного агентства	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
8	Графическое оформление текста (прописные и строчные буквы, шрифты и кегли, цвета, украшения и спецэффекты для букв, авторская сигнатура) изучить особенности графического оформления рекламного текста	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				

9	Особенности размещения текста на рекламном носителе. Текстовые блоки и их взаимное размещение. Текст и изображение: их соотношение в рекламе (подписи под рисунками, использование комиксов, рекламный текст как гипертекст) проанализировать особенности размещения текста на рекламном носителе, ориентируясь на соотношение текстовых блоков и изображений	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
10	Рекламный текст на наружных носителях, в пространстве рисунка, на постройках и сооружениях. Световой рекламный текст. Рекламный текст и бодиарт изучить особенности размещения рекламного текста на наружных носителях, в пространстве рисунка и на сооружениях, с использованием световых эффектов и выявить специфику бодиартной рекламы в промоутерской деятельности	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
11	Рекламный текст на изделиях из стекла, керамики, на каменной мозаике. Технология нанесения рекламного текста на товарные этикетки, упаковки, пакеты, одежду проследить особенности размещения рекламного текста на следующих фактурах (изделиях из стекла, керамики, каменной мозаике, товарных этикетках, упаковке, пакете, одежде)	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				

12	Искусство оформления выставок: развитие технологий. Выставка и ее реклама. Рекламная кампания выставок в России проследить основные этапы развития технологий оформительского искусства выставок и выявить особенности проведения рекламной кампании выставок	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2/2	6				
13	Особенности организации выставочной рекламы и производства выставочного продукта изучить особенности организации выставочной рекламы, рекламы на стенде и проанализировать процесс производства выставочного продукта.	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
14	Петербург как крупный выставочный центр России. Особенности рекламы специализированных, художественных выставок определить особенности Петербурга как крупного российского выставочного центра и изучить специфику рекламы специализированных, художественных выставок	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
15	Современный арт-менеджмент как сфера социокультурной деятельности рассмотреть современный арт-менеджмент как сферу социокультурной деятельности	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
16	Промоутерская деятельность в арт-индустрии проследить основные этапы продвижения творческой продукции на арт- рынок, рынок культурных услуг	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				

17	Реклама в арт-менеджменте. Разработка и технология производства рекламной продукции с целью продвижения творческих произведений на рынок культурных услуг определить роль рекламы в арт-менеджменте и выделить этапы разработки и технологии производства рекламной продукции с целью промоушна арт-продукции на рынок культурных услуг	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
18	Методика написания слоганов в практике рекламной деятельности кинокомпаний написать рекламные слоганы; определить роль рекламы в арт-менеджменте и выделить этапы разработки и технологии производства рекламной продукции с целью промоушна арт-продукции на рынок культурных услуг	ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7			2	6				
	ИТОГО за 7 семестр				36/4	108				
	ИТОГО				36/4	108				

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Проектная мастерская по аудио- и видеорекламе» 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 построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лабораторные работы направлены на приобретение опыта практической работы в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным 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. Шубина, И. Б. Драматургия и режиссура. Экспрессия рекламного видео : учебное пособие / И. Б. Шубина. — 4-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2022. — 296 с. — ISBN 978-5-507-44118-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/218084> (дата обращения: 23.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Кириллова, Н. Б. Аудиовизуальные искусства и экранные формы творчества / Н. Б. Кириллова. — Москва : Академический проект, 2016. — 157 с. — ISBN 978-5-8291-1973-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/60126.html> (дата обращения: 23.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии. Реклама : практикум для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура», профиль «Руководство студией кино-, фото- и видеотворчества» / Н. С. Куркова. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2020. — 128 с. — ISBN 978-5-10854-0571-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121578.html> (дата обращения: 13.05.2022). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

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

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Проектная мастерская по аудио- и видеорекламе» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2. Методические указания для студентов по организации самостоятельной работы по дисциплине «Проектная мастерская по аудио- и видеорекламе» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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

Профессиональные базы данных:

1. <https://www.gks.ru/> - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.

2. <https://stavstat.gks.ru/> - Управление Федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому федеральному округу.

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://biblioclub.ru>

4. Научная электронная библиотека e-library – www.elibrary.ru

5. Международная реферативная база данных - www.scopus.com

6. <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online>. - некоммерческая интернет-версия (СПС) КонсультантПлюс.

7. <https://www.garant.ru/> - информационно-правовой портал Гарант.ру.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

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

1. <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online>. - некоммерческая интернет-версия (СПС) КонсультантПлюс.

2. <https://www.garant.ru/> - информационно-правовой портал Гарант.ру.

Программное обеспечение:

1. Microsoft Windows Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN 1 License No Level

2. Microsoft Office Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN 1 License No Level

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

Лабораторные занятия	Компьютеры DELL, Аудиоколонки, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, Экшн-камера GoProHERO4 Black и комплектующие, Электронный стабилизатор DJI Ronin-MX и комплектующие, Микрофонная радиосистема Sennheiserew 122-р G3-A-X, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 70D Kit 18-135mm и комплектующие, Фотоаппарат зеркальный Canon
----------------------	---

	EOS 750D Kit 18135IS STM и комплектующие, Многофункциональный комплект студийного оборудования Raylab XenosRH-1000 SS9 KIT, МоноподCarbonFiberMonopodshort, Комплект студийного света
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
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 (модуля) 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. № 363-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.