

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Дзержинский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ
протокол от «31» мая 2023 г. № 6

Рабочая программа дисциплины

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки / специальность

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность образовательной программы

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ
УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ**

Форма обучения

ОЧНАЯ

Год набора: 2022

Дзержинск
2023

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Отраслевой маркетинг» относится к факультативной части ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
3	ФТД. Факультативы	Дисциплина <i>ФТД 05, Отраслевой маркетинг</i> является факультативом в ОПОП направления подготовки <i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</i>

Цель освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с теоретическими основами и современными методами маркетинга видов экономической деятельности.

Задачи дисциплины:

овладение обучающимися системой целевой направленности маркетинговой деятельности, методами сбора, обработки и анализа всех аспектов процесса маркетинга: изучение новых тенденций развития спроса на все группы товаров с учетом социально-психологических особенностей обслуживаемого сегмента потребителей; изучение способов внедрения на торговом предприятии современных методов товарного маркетинга и мерчандайзинга

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знать – основные виды современных средств рекламы Уметь – адаптировать рекламное сообщение в соответствии с фирменным стилем рекламной кампании Владеть - навыками анализа целевой аудитории по различным критериям	Контрольные вопросы Эссе

	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать специфику размещения рекламных сообщений в различных средствах рекламы, своеобразие рекламных стратегий различных товарных категорий; Уметь – выбирать каналы распространения рекламной продукции Владеть - навыками оценки эффективности распространения рекламных материалов	Контрольные вопросы Эссе
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	Уметь анализировать управленческие процессы, процессы построения и осуществления коммуникаций организации. Знать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Владеть навыками анализа внешней и внутренней среды организации; навыками построения коммуникативных процессов.	Контрольные вопросы, реферат
	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	Уметь осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. Знать основы построения коммуникаций и управления ими. Владеть навыками интеграции управленческих и коммуникационных знаний, умений и навыков; комбинирования типов менеджмента в зависимости от конкретной ситуации.	Контрольные вопросы, реферат

<p>ПКР-7</p> <p>Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПКР-7.1.</p> <p>Выполняет функционал линейного маркетолога в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p>	<p>Знать – основные виды деятельности маркетолога в рекламной кампании</p> <p>Уметь – реализовывать коммуникационный проект</p> <p>Владеть - навыками анализа целевой аудитории по различным критериям</p>	<p>Контрольные вопросы</p> <p>Эссе</p> <p>Реферат</p>
	<p>ПКР-7.2.</p> <p>Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p>	<p>Знать основы планирования, своеобразие рекламных стратегий различных товарных категорий;</p> <p>Уметь выбирать каналы реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Владеть - навыками оценки эффективности распространения рекламных материалов</p>	<p>Контрольные вопросы</p> <p>Эссе</p> <p>Реферат</p>
<p>ПКО-3</p> <p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПКО-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знать основы технологии маркетинговых коммуникаций;</p> <p>Уметь выбирать каналы реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Владеть – навыками оценки разработки и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Контрольные вопросы</p> <p>Эссе</p>
	<p>ПКО-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>	<p>Знать основы технологии маркетинговых коммуникаций;</p> <p>Уметь выбирать каналы реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Владеть – навыками оценки разработки и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Контрольные вопросы</p> <p>Эссе</p>

	ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Знать основы технологии маркетинговых коммуникаций; Уметь выбирать каналы реализации коммуникационной стратегии Владеть – навыками оценки разработки и реализации коммуникационного продукта	Контрольные вопросы Эссе
--	--	---	-----------------------------

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	1 ЗЕТ		1 ЗЕТ
Часов по учебному плану	36		36
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):	33		9
- занятия лекционного типа	16		6
- занятия семинарского типа	16		2
- КСРИФ	1		1
самостоятельная работа	3		23
Промежуточная аттестация – зачет			4

3.2 Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации	Всего (часы)	В том числе				Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них				
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Всего	

по дисциплине (модулю)	Очное	Очно-Заочное	Очное	Очно-Заочное	Очное	Очно-Заочное	Очное	Очно-Заочное	Очное	Очно-Заочное	Очное	Очно-Заочное	Очное	Очно-Заочное	Очное	Очно-Заочное	Очное	Очно-Заочное
Тема 1. Современные функции управления маркетингом, подходы к комплексу маркетинга.	9	0	4	0	4	0	0	0	0	0	8	0	1	0				
Тема 2. Корпоративный уровень управления маркетингом. Конкурентные преимущества.	9	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0				
Тема 3. Инструментальный уровень управления маркетингом. Процессы управления ассортиментом, ценообразованием, сбытом, продвижением, клиентом	9	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0				
Тема 4. Особенности отраслевого маркетинга(маркетинг территорий, знаний, промышленности и др.)	8	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
В т.ч. текущий контроль	1				1		1											
Промежуточная аттестация - Зачет																		

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа. Промежуточная аттестация проходит в форме зачета.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Цель самостоятельной работы - формирование навыков непрерывного самообразования и профессионального совершенствования.

Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации исследовательской деятельности, воспитывает целеустремленность, системность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работу.

Основные виды самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой;
- изучение категориального аппарата дисциплины;
- самостоятельное изучение тем дисциплины;
- подготовка докладов-презентаций;
- подготовка к экзамену;
- работа в библиотеке;
- изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет.

Работа с основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и материалам периодических изданий. Работа с литературой предусматривает конспектирование наиболее актуальных и познавательных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому осмыслению материала, его лучшему запоминанию, а также позволяет студентам проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации. Таким образом, конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, которая требует от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую литературу для учебной и научной работы, уметь обращаться с предметными каталогами и библиографическим справочником библиотеки.

Изучение категориального аппарата дисциплины

Изучение и осмысление экономических категорий требует проработки лекционного материала, выполнения практических заданий, изучение словарей, энциклопедий, справочников.

Индивидуальная самостоятельная работа студента направлена на овладение и грамотное применение исторической (экономической, социальной, политической, этнологической, культурологической) терминологии в областях истории России и всемирной истории.

Самостоятельное изучение тем дисциплины

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем изучаемой дисциплины. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, умений и навыков, всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов определенной темы направлено на более глубокое усвоение основных категорий экономической теории, понимание экономических процессов, происходящих в обществе, совершенствование навыка анализа теоретического и эмпирического материала.

Самостоятельная работа в библиотеке

Важным аспектом самостоятельной подготовки студентов является работа с библиотечным фондом.

Это работа предполагает различные варианты повышения профессионального уровня студентов:

- а) получение книг для подробного изучения в течение семестра на научном абонементе;
- б) изучение книг, журналов, газет - в читальном зале;
- в) возможность поиска необходимого материала посредством электронного каталога;
- г) получение необходимых сведений об источниках информации у сотрудников библиотеки.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Необходимо помнить об оформлении ссылок на Интернет-источники.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов преподавателю целесообразно использовать следующие виды деятельности:

- консультации,
- выдача заданий на самостоятельную работу,
- информационное обеспечение обучения,
- контроль качества самостоятельной работы студентов.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Отраслевой маркетинг», созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru>.

Учебно-методические документы, регламентирующие самостоятельную работу

1. Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при реализации образовательных программ высшего образования в ННГУ (Приказ от 29.12.2017 №630-ОД);

2. Положение о фонде оценочных средств, (Приказ от 10.06.2015 №247-ОД);

3. Положение об электронной информационно-образовательной среде ННГУ (Приказ от 20.11.2019 №601-ОД);

4. Положение о порядке организации и освоения факультативных и элективных дисциплин (модулей) в ННГУ (Приказ от 19.09.2017 № 427-ОД);

5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов: учебно-метод. пособие/Е.И. Яковлева, А.В. Крымов, П.Ю. Иванов, Ю.В. Родионова, Е.В. Себина. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2018. – 62 с.

5.Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

Код компетенции: содержание компетенции

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Индикаторы компетенции	ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно

<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач
Шкала оценок по проценту правильно выполненных контрольных заданий	0 – 20 %	20 – 50 %	50 – 70 %	70-80 %	80 – 90 %	90 – 99 %	100%

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
--------	--------------------

зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. • Товар в маркетинге, его составляющие и основные понятия товарной политики предприятия.	ОПК-4, ОПК-5
2. • Понятие марки, товарного знака, брэнда. Основные этапы формирования брэнда.	ОПК-4, ОПК-5
3. • Понятие промышленного дизайна, его роль в рыночном успехе товара.	ОПК-4, ОПК-5
4. • Понятие и основные функции упаковки.	ОПК-4, ОПК-5
5. • Концепция жизненного цикла товара и ее роль в маркетинге.	ОПК-4, ОПК-5
6. • Понятие конкурентоспособности товара и ее основные показатели.	ОПК-4, ОПК-5
7. • Позиционирование товара.	ПКР-7, ПКО-3

8. • Основные этапы разработки нового товара.	ПКР-7, ПКО-3
9. • Понятие маркетингового ценообразования и виды цен.	ПКР-7, ПКО-3
10. • Основные методы и стратегии ценообразования.	ПКР-7, ПКО-3
11. • Понятие и основные виды маркетинговых коммуникаций.	ПКР-7, ПКО-3
12. • Характеристика рекламы как средства продвижения товара на рынок, ее основные виды.	ПКР-7, ПКО-3
13. • Классификация и характеристика основных средств передачи рекламного сообщения.	ПКР-7, ПКО-3
14. • Понятие и основные способы стимулирования сбыта.	ПКР-7, ПКО-3
15. • Паблик рилейшнз, его роль в деятельности предприятия.	ПКР-7, ПКО-3

5.2.2 Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Темы рефератов

1. Методы прогнозирования маркетинговой деятельности.
2. Процесс организации прямых продаж.
3. Основы банковского маркетинга.
4. Маркетинговый подход к разработке нового продукта на предприятии.
5. Управление маркетингом.
6. Маркетинговые технологии в продвижении оптовых продаж.
7. Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке.
8. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы.
9. Виды маркетинговых стратегий.
10. Товарная политика фирмы и товародвижение.
11. Разработка товарной марки продукции.
12. Особенности проведения маркетинговых исследований.
13. Маркетинговое исследование рынка.
14. Методы изучения деятельности фирм конкурентов.
15. Туристический маркетинг.
16. Маркетинговая политика организации.
17. Методы формирования цен на товары.

Темы эссе

1. Общие сведения о страховании. Федеральный закон «О страховании». Виды страхования. Анализ страхового рынка России
2. Задачи маркетинга оптовой торговли. Проведение маркетинговых исследований
3. Концепция маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП): сущность, субъекты, объекты, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг.
4. Рынок продукции производственно-технического назначения. Специфические особенности маркетинга продукции производственно-технического назначения
5. Составляющие OFFLINE цифрового маркетинга
6. Модели поведения потребителей удовлетворение запросов потребителей основа успешной деятельности предприятия сервиса
7. Использование новых технологий для повышения результативности маркетинга и маркетинговых коммуникаций
8. Особенности бенчмаркетингового исследования

9. Характеристика существующих подходов к макросегментации в территориальном маркетинге
10. Модели поведения потребителей удовлетворение запросов потребителей основа успешной деятельности предприятия сервиса

Требования к содержанию и оформлению эссе

Эссе - это вид письменной работы, выражающий индивидуальные рассуждения и мнение автора по конкретному вопросу. Объем эссе: 3-5 страниц (включая титульный лист и список литературы). Содержание эссе. В эссе студент может: 1) представить критический анализ выбранного тезиса или цитаты; 2) проанализировать конкретный случай или пример, взятый из литературы, кинематографа, общественной жизни или собственного опыта

В каждой работе должен выдвигаться ясный авторский тезис, должны быть представлены доказательства в его пользу, а также по необходимости в статье автор может обратиться к опровержению возможных возражений и их доказательств.

Критерии оценки эссе:

1. Полнота раскрытия темы. Тема раскрыта полностью 9 - балла; тема раскрыта частично - 7 баллов; тема не раскрыта – 0 баллов.
2. Наличие аргументации автора. Аргументация полная - 8 баллов; аргументация частичная и (или) односторонняя – 7 баллов; аргументация недостаточная, даже одна сторона раскрыта поверхностно – 0 баллов.
3. Оформление: Поля страницы должны иметь следующие размеры: левое - 35 мм, правое - 15 мм, верхнее и нижнее 20 мм. Текст печатается через полтора интервала шрифтом Times New Roman, размер шрифта 14 (для сносок 10). Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и равен 1,25 см. Перенос слов с одной строки на другую производится автоматически. Объем: не более 15 страниц.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/5120192>.
2. Воробьева, И. П. Экономика и управление производством : учебное пособие для вузов / И. П. Воробьева, О. С. Селевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00380-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490332>

б) Дополнительная литература:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4888292>.

в) Программное обеспечение и ресурсы Интернет

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] Режим доступа <http://www.akarussia.ru/> — Загл. с экрана.

2. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // Режим доступа www.sostav.ru, . — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // www.advertology.ru. — Загл. с экрана.

3. Фонд образовательных электронных ресурсов ННГУ Электронный ресурс [Электронный ресурс]. <http://www.unn.ru/books/resources.html> - Загл. с экрана.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду

Реализация программы предполагает наличие:

- учебных аудиторий для проведения занятий лекционных типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.
- компьютерного класса, имеющего компьютеры, объединенные сетью с выходом в Интернет;
- лицензионного (операционная система Microsoft Windows, пакет прикладных программ Microsoft Office) и свободно распространяемого программного обеспечения.

Специальные условия организации обучения по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация обучения по дисциплине инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья при наличии таких обучающихся путем создания специальных условий для получения образования.

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии).

В соответствии с Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утв. Минобрнауки РФ 08.04.2014 АК-44/05вн при изучении дисциплины предполагается использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При освоении дисциплины используются различные сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности обучающихся для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций. Форма проведения промежуточной аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей. По личной просьбе обучающегося с ограниченными возможностями здоровья, изложенной в форме письменного заявления, по дисциплине предусматриваются:

- замена устного ответа на письменный ответ при сдаче зачета или экзамена;
- увеличение продолжительности времени на подготовку к ответу на зачете или экзамене;
- при подведении результатов промежуточной аттестации студентов выставляется максимальное количество баллов за посещаемость аудиторных занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): к. культурологии, доцент Рыжакова Е.В.

Программа одобрена Методической комиссией Дзержинского филиала ННГУ от 31.05.2023 года, протокол № 13..