

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------



**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета  
факультета культуры и искусства  
от «20» мая 2024 г., протокол №12/272

Председатель  /Н.С. Сафронов/  
Зав.кафедрой дизайна и  
искусства интерьера факультета  
культуры и искусства  
Е.Л.Силантьева (по доверенности  
№ 218/03 от 29.01.2024г.)

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	<b>Основы маркетинга, рекламы и PR</b>
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотекovedения
Курс	3 - очная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль/специализация): Конвергентная журналистика

Форма обучения: очная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	КАФЕДРА	Должность, ученая степень, звание
Игнатъева Олеся Владимировна	Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотекovedения	Доцент, Кандидат педагогических наук, Доцент

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Цели освоения дисциплины:**

Дать будущим журналистам общее представление о возникновении в России медиарынка, о возрастающей роли маркетинга, рекламы и PR в развитии медиаиндустрии и продвижении массово-информационной продукции.

### **Задачи освоения дисциплины:**

- определить понятие медиамаркетинга и его роль в позиционировании СМИ и продвижении медиапродукции на информационном рынке;
- выявить особенности маркетинга на рынке потребителей медиапродукции;
- изучить методы маркетинга и его значение в продвижении СМИ на рынок;
- рассмотреть организацию работы редакционной службы маркетинга, ее финансовой базы;
- раскрыть роль маркетинга в укреплении финансовой базы издания, в формировании и реализации редакцией СМИ ценовой, тиражной, рекламной политики, в подготовке и выполнении бизнес-плана редакции;
- исследовать классификацию рекламных средств и условий их применения в системе массовых коммуникаций;
- изучить организацию работы рекламных и PR-служб с редакциями средств массовой информации;
- рассмотреть основные принципы составления рекламных и PR-текстов;
- выявить экономическую и психологическую эффективность рекламных и PR- мероприятий;
- определить этико-правовые механизмы регуляции рекламной и PR-деятельности.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина «Основы маркетинга, рекламы и PR» относится к числу дисциплин блока Б1.О, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.02 Журналистика.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ОПК-4, ОПК-7.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Социология журналистики, Инфографика и визуализация данных, Основы журналистской деятельности, Преддипломная практика, Профессионально-творческая практика, Профессионально-

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

ознакомительная практика, Проектная деятельность, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Телевизионная журналистика, Современные медиакommunikации, Психология журналистики, Введение в медиаисследования и медиаизмерения.

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p><b>знать:</b> цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.</p> <p><b>уметь:</b> учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p> <p><b>владеть:</b> методами поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.</p>
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p><b>знать:</b> актуальные социологические данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп.</p> <p><b>уметь:</b> анализировать структуру и информационные потребности аудитории; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов.</p> <p><b>владеть:</b> методами работы с аудиторией, медиаметрии и медиапланирования, обеспечения и анализа эффективной обратной связи.</p>

### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

**4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 2 ЗЕТ**

**4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 72 часа**

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u> )	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		<b>6</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	32	32
Аудиторные занятия:	32	32

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u> )	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Лекции	16	16
Семинары и практические занятия	16	16
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	40	40
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Устный опрос, Тестирование	Устный опрос, Тестирование
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	-	-
Всего часов по дисциплине	72	72

### 4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Раздел 1. Основы маркетинга, рекламы и PR</b>							
Тема 1.1. Система методов редакционно-издательского маркетинга	12	2	2	0	0	8	Тестирование, Устный опрос
Тема 1.2. Продвижение масс-медийного	16	4	4	0	0	8	Тестирование, Устный опрос

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
продукта на информационный рынок.							
Тема 1.3. Маркетинговые технологии в Интернет-среде.	16	4	4	0	0	8	Тестирование, Устный опрос
Тема 1.4. Реклама как средство маркетинговых коммуникаций: эффективность рекламной деятельности.	16	4	4	0	0	8	Тестирование, Устный опрос
Тема 1.5. Паблрилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций. Организация работы PR-служб с редакциями и СМИ.	12	2	2	0	0	8	Тестирование, Устный опрос
<b>Итого подлежит изучению</b>	72	16	16	0	0	40	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Раздел 1. Основы маркетинга, рекламы и PR

#### Тема 1.1. Система методов редакционно-издательского маркетинга.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

Содержание медиамаркетинга. Функции редакционно-издательского маркетинга. Методы редакционно-издательского маркетинга. Ситуативный анализ. Анализ шансов и рисков. Анализ ресурсов. SWOT-анализ. Анализ конкурентной среды. Базовые методы разработки продуктовой, ценовой и сбытовой стратегии.

### **Тема 1.2. Продвижение масс-медийного продукта на информационный рынок.**

Комплекс продвижения масс-медийной продукции. Специфика различных типов оплаченного рекламирования масс-медийной продукции. Реклама в системе печатных СМИ. Реклама в системе аудиовизуальных СМИ (на радио- и телевизионных каналах). Реклама в системе новых электронных СМИ (Интернет-сегмент). Реклама в кинематографе (продакт плейсмент). Реклама на транспорте (экстерьерная и интерьерная). Наружная реклама (баннеры, растяжки и пр.). Цифровые носители рекламной информации. Реклама в книжной продукции, рекламная литература. Рекламные акции и стимулирование сбыта. Direct-маркетинг.

### **Тема 1.3. Маркетинговые технологии в Интернете-среде.**

Технологии Интернет-маркетинга.

### **Тема 1.4. Реклама как средство маркетинговых коммуникаций: эффективность рекламной деятельности.**

Понятие, сущность и задачи рекламы. История возникновения и развития рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Классификация рекламных средств и особенности их применения. Процесс восприятия рекламы. Основные подходы к разработке рекламных объявлений и текстов. Средства и площадки распространения рекламы. Психологическая эффективность применения рекламы. Экономическая рентабельность рекламной деятельности. Деонтология рекламной деятельности.

### **Тема 1.5. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций. Организация работы PR-служб с редакциями СМИ.**

Смысловое наполнение понятия «Public Relations». Связи с общественностью как профессиональное направление. Генезис системы public relations. Объекты PR-деятельности. Прикладные исследования в PR-сфере. Методы конструирования корпоративного имиджа. Эффективность PR-деятельности. Основные формы взаимодействия PR и СМИ. PR-служба и организация: структура и функции. Этико-правовые регуляторы профессиональной PR-деятельности.

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **Тема 1.1. Система методов редакционно-издательского маркетинга.**

### **Тема 2.2. Продвижение масс-медийного продукта на информационный рынок.**

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

**Тема 3.3. Маркетинговые технологии в Интернете-среде.**

**Тема 4.4. Реклама как средство маркетинговых коммуникаций: эффективность рекламной деятельности.**

**Тема 5.5. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций. Организация работы PR-служб с редакциями СМИ.**

## **7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

## **8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ**

1. Содержание, функции и комплекс методов редакционно-издательского маркетинга.
2. Метод ситуативного анализа.
3. Метод анализа шансов и рисков.
4. Метод анализа ресурсов.
5. Метод SWOT-анализа.
6. Метод анализа конкурентной среды.
7. Базовые методы разработки продуктовой, ценовой и сбытовой стратегии.
8. Комплекс продвижения масс-медийной продукции.
9. Реклама в системе печатных СМИ.
10. Реклама в системе аудиовизуальных СМИ (на радио- и телевизионных каналах).
11. Реклама в системе новых электронных СМИ (Интернет-медиа, социальные сети).
12. Реклама в кинематографе (продакт плейсмент).
13. Реклама на транспорте (экстерьерная и интерьерная) и наружная реклама.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

14. Цифровые носители рекламной информации.
15. Реклама в книжной продукции; рекламная литература.
16. Рекламные акции и стимулирование сбыта в местах продаж.
17. Технологии Интернет-маркетинга.
18. Понятие, сущность и задачи рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
19. История возникновения и развития рекламы.
20. Классификация рекламных средств и особенности их применения.
21. Процесс восприятия рекламы. Основные подходы к разработке рекламных объявлений и текстов.
22. Средства и площадки распространения рекламы.
23. Психологическая эффективность и экономическая рентабельность рекламной деятельности.
24. Деонтология рекламной деятельности.
25. Смысловое наполнение понятия «Public Relations». Связи с общественностью как профессиональное направление.
26. Генезис системы public relations.
27. Прикладные исследования в PR-сфере. Объекты PR-деятельности.
28. PR-служба и организация: структура и функции. Эффективность PR-деятельности.
29. Основные формы взаимодействия PR и СМИ.
30. Этико-правовые регуляторы профессиональной PR-деятельности.

## **10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ**

*Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019г.).*

*По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица*



Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
<b>Раздел 1. Основы маркетинга, рекламы и PR</b>			
Тема 1.1. Система методов редакционно-издательского маркетинга.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Тема 1.2. Продвижение масс-медийного продукта на информационный рынок.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Тема 1.3. Маркетинговые технологии в Интернете-среде.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Тема 1.4. Реклама как средство маркетинговых коммуникаций: эффективность рекламной деятельности.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Тема 1.5. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций. Организация работы PR-служб с редакциями СМИ.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы основная

1. Синяева Инга Михайловна. Реклама и связи с общественностью : Учебник для вузов / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов ; Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. - Москва : Юрайт, 2022. - 552 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/488737> (дата обращения: 24.01.2022). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-14843-5 : 1309.00. / .— ISBN 0\_316584

2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

специальностям «маркетинг», «рекламное дело», «связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова [и др.] ; И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под редакцией И. М. Синяева. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 504 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Лицензия до 10.12.2023. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-238-02309-0. / .— ISBN 0\_142399

#### **дополнительная**

1. Башкарев, А. А. Основы PR : учебное пособие / А. А. Башкарев ; А. А. Башкарев. - Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2017. - 94 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 01.07.2024 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/83303.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-7422-5984-8. / .— ISBN 0\_147351

2. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 218 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/539011>. - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-16787-0 : 959.00. / .— ISBN 0\_522808

3. Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная ; Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. - Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. - 118 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/92742.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 2227-8397. / .— ISBN 0\_152812

4. Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева ; Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. - Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. - 80 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 21.01.2025 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/90586.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 2227-8397. / .— ISBN 0\_150953

5. Ушанов, П. В. Реклама в телевизионной программе : учебное пособие / П. В. Ушанов ; П. В. Ушанов. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 48 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/66628.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-4486-0004-3. / .— ISBN 0\_139713

#### **учебно-методическая**

1. Игнатьева О. В. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Основы маркетинга, рекламы и PR» для студентов бакалавриата по направлению 42.03.02

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

«Журналистика» всех форм обучения / О. В. Игнатьева ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 228 Кб). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_40440.

## б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"
- Офисный пакет "Мой офис"

## в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

**2. КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

**3. eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	------------------------------------------------------------------------------------

Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» :** электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

**5. Российское образование :** федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

**6. Электронная библиотечная система УлГУ :** модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

## 13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик	Кандидат педагогических наук, Доцент	Игнатъева Олеся Владимировна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО