

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
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 218/03 от 29.01.2024г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3 - очная форма обучения; 3 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: очная, заочная

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
Кремнева Наталья Юрьевна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат социологических наук

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

изучить технологии управления информационным контентом в сети интернет: от создания коммуникативной стратегии, постановки целей и задач, определения целевой аудитории, до каналов передачи и продвижения этого контента и анализа результатов

Задачи освоения дисциплины:

- ♦ изучить технологии контент-менеджмента, управления информацией в различных интернет-каналах
- ♦ сформировать навыки разработки контент-стратегии, создания различных видов и форматов контента
- ♦ сформировать представление об организации и осуществлении работ по созданию и распространению контента.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов» относится к числу дисциплин блока Б1.В, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ПК-1, ПК-4.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Основы теории и практики связей с общественностью, Основы интегрированных коммуникаций, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью, Основы теории и практики рекламы, Профессионально-творческая практика, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта, Преддипломная практика, Современная пресс-служба, Социальные институты и процессы, Планирование антикризисных коммуникаций, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Коммуникационный менеджмент, Организация рекламных и PR-мероприятий, Внутрифирменные коммуникации, Консалтинг в рекламе и связях с общественностью, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Работа с рекламными и PR-текстами, Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе.

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
ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>знать: Знать: технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p> <p>уметь: Уметь: проводить мероприятия по повышению и продвижению медиа-имиджа организации, ее руководителя, оценивать эффективность связей с общественностью в данном процессе</p> <p>владеть: Владеть: основными методами конструирования имиджа организации и ее руководителя в сети Интернет</p>
ПК-4 Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента	<p>знать: Знать: технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей</p> <p>уметь: Уметь: организовать работы по наполнению сайта текстовым и графическим контентом, собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее, писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео)</p> <p>владеть: Владеть: навыками разработке и создания качественного информационного контента, технологиями аудита сайта, анализа информационных потребностей посетителей сайта.</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
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	36	36
Аудиторные занятия:	36	36
Лекции	-	-
Семинары и практические занятия	36	36
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	36	36

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		5
1	2	3
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	-	-
Всего часов по дисциплине	72	72

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		7
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	8	8
Аудиторные занятия:	8	8
Лекции	-	-
Семинары и практические занятия	8	8
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	60	60
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
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
Раздел 1. Основы контент-маркетинга							
Тема 1.1. Концепция современного контент-маркетинга	24	0	12	0	8	12	Тестирование
Тема 1.2. Стратегия создания и распространения контента	24	0	12	0	10	12	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.3. Эффективность коммуникаций в интернет ресурсах	24	0	12	0	10	12	Тестирование
Итого подлежит изучению	72	0	36	0	28	36	

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

Форма обучения: заочная

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
Раздел 1. Основы контент-маркетинга							
Тема 1.1. Концепция	22	0	2	0	2	20	Тестирование

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	
современного контент-маркетинга								
Тема 1.2. Стратегия создания и распространения контента	23	0	3	0	2	20	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	
Тема 1.3. Эффективность коммуникаций в интернет ресурсах	23	0	3	0	2	20	Тестирование	
Итого подлежит изучению	68	0	8	0	6	60		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Основы контент-маркетинга

Тема 1.1. Концепция современного контент- маркетинга

Особенности коммуникаций в интернет-среде. Задачи управления коммуникациями в социальных сетях для персоны и компании. Особенности аудиторий, медиапотребления, контента, оформления и публикаций постов, время постинга, рекламные инструменты различных социальных сетей: ВКонтакте, Одноклассники, Телеграм, ТикТок, Youtube. Понятие и задачи контент-маркетинга. Тренды контент-маркетинга: аутентичность контента, контент через лицо компании, пользовательский контент, персонализация контента, сторителлинг, микроинфлюенсеры, фокус на ценностях аудитории, дифференцированная коммуникация, кросс-постинг, геймификация, вертикальный контент, видеоформат.

Тема 1.2. Стратегия создания и распространения контента

Стратегия контент-маркетинга: основные этапы разработки. Понятие и задачи контент-плана. Структура и процедура разработки контент-плана. Рубрики контента-плана. Сервисы для создания контент-плана. Задачи и суть различных видов контента: информационного, развлекательного, репутационного, вовлекающего и продающего. Подходы к определению контент-микса. Понятие,

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

признаки и технологии создания “ценного” контента. Основной и смежный контент: правила комбинации.

Тема 1.3. Эффективность коммуникаций в интернет ресурсах

Понятие “органический охват”, специфика органического охвата в различных соцсетях. Понятие “кросс-постинг”, правила и идеи кросс-постинга. Основы SEO-оптимизации. Обратная связь с аудиторией, работа с возражениями, стимулирование активности и вовлеченности аудитории.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1.1. Концепция современного контент- маркетинга

Вопросы к теме:

Очная форма

Введение в контент-маркетинг: задача контент-стратегии.

Анализ целевой аудитории и конкурентов.

Типы контента: затраты и вовлеченность.

Текстовый контент.

Графический контент. Фотохостинг. Программы и сервисы для обработки графических изображений.

Инфографика

Вебинары, книги и исследования как особый вид контента.

Видеоконтент

Заочная форма

Социальная сеть ВКонтакте: особенности аудиторий, медиапотребления, контента, оформления и публикаций постов, время постинга, рекламные инструменты

Мессенджер Telegram: особенности аудиторий, медиапотребления, контента, оформления и публикаций постов, время постинга, рекламные инструменты

Тема 2.2. Стратегия создания и распространения контента

Вопросы к теме:

Очная форма

Распространение контента: направления, стратегии. Социальные сети. Блоги.

Мессенджеры. Рассылки. Сайт как СМИ

Продвижение контента. Поисковая оптимизация.

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

Редакционная политика: контент-план, жанры, каналы, рубрики.

Команда и работа с подрядчиками

Работа с репутацией и комьюнити- менеджмент. Управление сообществами. Создание и оформление сообществ

Создание вирусного контента

Продвижение контента в различных социальных сетях: ВКонтакте, Одноклссники, Telegram

Email-маркетинг.

SEO-аудит сайта

Наполнение сайта. Составление семантического ядра. SEO-контент

Анализ эффективности контент-стратегии

Заочная форма

Форматы контента: текстовый, графический, аудиоконтент, видеоконтент, игровой, пользовательский. Форматы текстового контента: статья, руководства, классификации, хит-парады, коллекции, интервью и пр. Сторителлинг как формат контента. Бизнес-сторителлинг и юзеркейсы. Графические форматы: фотографии, картинки, схемы, диаграммы, инфографика, гифки, презентации, постеры, мемы и т.д. Сервисы для создания графического контента. Подкасты как формат аудиоконтента. Геймификация как трендовый формат: задачи, процедуры. Специфика игровых механик в различных соцсетях. Виды игрового контента: игры, конкурсы, опросы, квизы, квесты. Сервисы для создания игрового контента. Видеоконтент: stories, прямые эфиры, IGTV, Reels. Сервисы для создания видеоконтента. Пользовательский контент, принципы применения пользовательского контента.

Распространение контента: направления, стратегии. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры. Рассылки. Сайт как СМИ. Продвижение контента. Поисковая оптимизация. Редакционная политика: контент-план, жанры, каналы, рубрики.

Команда и работа с подрядчиками.

Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Управление сообществами. Создание и оформление сообществ.

Email-маркетинг.

Тема 3.3. Эффективность коммуникаций в интернет ресурсах

Вопросы к теме:

Очная форма

Контент-менеджер, обязанности контент-менеджера

Веб-райтинг, копирайтинг.

Жанры веб-журналистики. Пресс-релизы, статьи, комментарии.

Правила написания текстов для веб-сайтов.

Программы и сервисы в помощь контент-менеджеру.

Семантический анализ текста. Нюансы написания продающего текста. Распространенная ошибка копирайтеров.

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

Работа с негативом

Заочная форма

Метрики оценки эффективности коммуникаций в интернете: метрики охвата, метрики вовлеченности, метрики трафика, метрики числа потенциальных покупателей (лидов). Наполнение сайта. Составление семантического ядра. SEO-контент.

SEO-аудит сайта. Анализ эффективности контент-стратегии.

Системы мониторинга упоминаний в социальных сетях.

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. Введение в контент-маркетинг: задачи контент-стратегии.
2. Анализ целевой аудитории и конкурентов.
3. Типы контента: затраты и вовлеченность.
4. Текстовый контент.
5. Графический контент. Фотохостинг. Программы и сервисы для обработки графических изображений.
6. Инфографика
7. Вебинары, книги и исследования как особый вид контента.
8. Видеоконтент
9. Распространение контента: направления, стратегии. Социальные сети.
10. Блоги. Мессенджеры. Рассылки.

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

11. Сайт как СМИ
12. Продвижение контента. Поисковая оптимизация.
13. Редакционная политика: контент-план, жанры, каналы, рубрики.
14. Команда и работа с порядчиками
15. Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Управление сообществами.
16. Создание и оформление сообществ
17. Создание вирусного контента
18. Продвижение контента через социальные сети: ВКонтакте
19. Продвижение контента через мессенджеры: Telegram
20. Email-маркетинг.
21. SEO-аудит сайта
22. Наполнение сайта. Составление семантического ядра. SEO-контент
23. Анализ эффективности контент-стратегии
24. Контент-менеджер, обязанности контент-менеджера
25. Веб-райтинг, копирайтинг.
26. Программы и сервисы в помощь контент-менеджеру.
27. Распространенные ошибки копирайтеров.
28. Работа с негативом в интернете

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

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

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.)
Раздел 1. Основы контент-маркетинга			
Тема 1.1. Концепция современного контент-маркетинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Тестирование
Тема 1.2. Стратегия создания и распространения контента	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Тестирование
Тема 1.3. Эффективность коммуникаций в интернет ресурсах	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Тестирование

Форма обучения: заочная

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.)
Раздел 1. Основы контент-маркетинга			
Тема 1.1. Концепция современного контент-маркетинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	20	Тестирование
Тема 1.2. Стратегия создания и распространения контента	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	20	Тестирование

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.)
Тема 1.3. Эффективность коммуникаций в интернет ресурсах	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	20	Тестирование

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы основная

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О.Н. Жильцова, О.А. Артемьева, Д.А. Жильцов [и др.] ; О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 335 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-15098-8 : 1319.00. / .— ISBN 0_497245

2. Хуссейн И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие / И. Д. Хуссейн. - Москва : Юрайт, 2024. - 68 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/544594> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-15010-0 : 289.00. / .— ISBN 0_521458

дополнительная

1. Трищенко Дмитрий Александрович. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д.А. Трищенко, Е.Д. Трищенко ; Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. - Москва : Юрайт, 2023. - 124 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510131> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-15275-3 : 409.00. / .— ISBN 0_500073

2. Моуат Дж. Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство : монография / Д. Моуат ; Моуат Дж. - Москва : Альпина Паблицер, 2019. - 402 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961415674.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9614-1567-4. / .— ISBN 0_263128

3. Климович Николай Георгиевич. Контент: топовые техники SEO-продвижения : Практическое пособие / Н.Г. Климович. - Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. - 320 с. - ВО - Бакалавриат. - <http://znanium.com/catalog/document?id=385190>. - <https://znanium.com/cover/1836/1836485.jpg>. - Режим доступа: ЭБС Znanium; по подписке. - ISBN 978-5-9729-0597-3. / .— ISBN 0_462944

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

учебно-методическая

1. Гончарова Н. В. Управление информацией (контентом) интернет-ресурсов : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 365 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_41641.

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.

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

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 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

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

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;

- 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 социологических наук	Кремнева Наталья Юрьевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО