

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 13.04.2026 15:45:23 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323	МИНОВЕРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	Рабочая программа дисциплины "Менеджмент в рекламной деятельности" по направлению подготовки (специальности) 39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1
--	--	--	--------

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Менеджмент в рекламной деятельности

Направление подготовки (специальность)

39.03.01 Социология

Направленность (профиль)

Социология маркетинга и рекламы

Присваиваемая квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная

Год набора 2026

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2026 г.



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины - дать студенту представление о системе элементов, участниках, процессах и приемах по определению целей, организации, контролю и информационному обеспечению рекламы в единой системе с другими элементами маркетинга на основе теории общего менеджмента.

Задачи:

- освоение методологических подходов в исследовании дисциплины,
- формирование у студентов маркетингового подхода к проблеме изучения внешней и внутренней среды предприятия
- формирование у студентов навыка координации деятельности сотрудников в сфере маркетинга
- получение теоретических и практических навыков проведения маркетинговых исследований

Результаты обучения по дисциплине направлены на достижение индикаторов:

ПК-3: Способность применять технологии маркетингового исследования в сфере рекламы

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: ФТД.В.02

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Изучение дисциплины базируется на компетенциях, освоенных в ходе изучения курсов:

Социология маркетинга
Психология лидерства и командообразования
Маркетинг
Маркетинговые исследования
Социология маркетинговых коммуникаций

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Компетенции, приобретённые студентом в ходе освоения дисциплины, используются в дальнейшем при изучении курсов:

Деловые коммуникации
Методология и методы социологических исследований
Социальная психология
Социология коммуникаций
Социология маркетинговых коммуникаций
Социология управления
Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-3: Способность применять технологии маркетингового исследования в сфере рекламы

Знать:

- методы сбора, обработки и применения данных маркетингового исследования в сфере рекламы.
- алгоритм проведения маркетинговых исследований для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.
- особенности подготовки аналитической информации на основе проведенных исследований и их научного объяснения.

Уметь:

- осуществлять сбор и обработку данных маркетингового исследования в сфере рекламы.
- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.
- навыками интерпретации данных маркетинговых исследований.

Владеть:



- навыками количественного и качественного анализа информации маркетингового исследования в сфере рекламы.
- навыками проведения маркетинговых исследований в сфере рекламной деятельности.
- навыками разработки рекомендаций и принятия организационно-управленческих решений для совершенствования рекламной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	- методы сбора, обработки и применения данных маркетингового исследования в сфере рекламы.
3.1.2	- алгоритм проведения маркетинговых исследований для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.
3.1.3	- особенности подготовки аналитической информации на основе проведенных исследований и их научного объяснения.
3.2 Уметь:	
3.2.1	- осуществлять сбор и обработку данных маркетингового исследования в сфере рекламы.
3.2.2	- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов для решения профессиональных задач в сфере рекламной деятельности.
3.2.3	- навыками интерпретации данных маркетинговых исследований.
3.3 Владеть:	
3.3.1	- количественного и качественного анализа информации маркетингового исследования в сфере рекламы.
3.3.2	- проведения маркетинговых исследований в сфере рекламной деятельности.
3.3.3	- разработки рекомендаций и принятия организационно-управленческих решений для совершенствования рекламной деятельности.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 72 в том числе : аудиторные занятия : 16 самостоятельная работа : 55,8 : контактная работа: 16,2 ИКР: 0,2	Виды контроля в семестрах: зачеты 5

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Понятие рекламы. Теоретические основы рекламной коммуникации.			
1.1	Особенности рекламной коммуникации /Лек/	5	6	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э4
1.2	Особенности рекламной коммуникации /Ср/	5	20	Л2.3 Э2 Э3 Э5
1.3	Контроль /ИКР/	5	0,2	Э3 Э4 Э5
	Раздел 2. Социальные, этические и правовые основы рекламной деятельности. Психологические механизмы воздействия рекламы.			
2.1	Право и реклама. Этические вопросы рекламы. /Лек/	5	6	Л2.1 Э1 Э2 Э3
2.2	Право и реклама. Этические вопросы рекламы. /Ср/	5	17	Э4 Э5
	Раздел 3. Реклама в контексте рыночных отношений.			



Рабочая программа дисциплины "Менеджмент в рекламной деятельности" по направлению подготовки (специальности) 39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 5

3.1	Анализ потребительской аудитории. /Лек/	5	4	Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4
3.2	Создание рекламного сообщения /Ср/	5	18,8	Э3 Э4 Э5

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Доклад
Задания практических работ (презентация)
Вопросы к зачету

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Примерные темы докладов:

- 1) Реклама как вид маркетинговых коммуникаций;
- 2) Рекламные агентства и рекламные службы;
- 3) Стратегическое планирование рекламной деятельности;
- 4) Рекламный бюджет;
- 5) Рекламные мероприятия в промоушен;
- 6) Подготовка и проведение рекламной компании;
- 7) Субъекты рекламной деятельности Правовое регулирование рекламной деятельности;
- 8) Планирование и оценка эффективности рекламной деятельности;
- 9) Менеджмент: основные понятия, предмет менеджмента, функции менеджмента;
- 10) Процессный, системный и ситуационный подходы к управлению;
- 11) Делегирование полномочий, виды полномочий;
- 12) Анализ внешней среды;
- 13) Анализ внутренней среды;
- 14) Поведенческая теория лидерства;
- 15) Ситуационная теория лидерства;
- 16) Основные понятия теории мотивации. Мотивационный процесс;
- 17) Экономические методы управления;
- 18) Организационно - распорядительные методы управления;
- 19) Социально-психологические методы управления;
- 20) Административные стили управления;
- 21) Демократические и либеральный стили управления.

Темы презентаций для самостоятельных работ:

- Презентация рекламной стратегии компании по выбору;
- Презентация по теме корпоративной культуры компании по выбору;
- Презентация нового бренда на выбор;
- Написать сценарий проведения фокус-группы для товара по выбору;
- Составить анкету для проведения опроса потребителей товара, используя метод личного интервью и метод телефонного опроса в рамках учебного проекта.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Перечень вопросов:

- Характеристика рынка рекламных услуг;
- Роль исследования в разработке плана рекламной кампании;
- Этика рекламных исследований. Ответственность перед обществом;
- Виды качественных и количественных исследований;
- Измерение аудитории средств распространения рекламы;
- Структура рекламного интернет-рынка и основные характеристики рекламоносителей;
- Интернет как социальная и медийная среда;
- Этапы становления брендов;
- Различные концепции и подходы к организации процессов event-менеджмента;



- Структура планирования рекламной кампании. Бюджетирование и работа с бюджетом рекламного проекта;
- Сущность, цели и задачи отдела рекламы на предприятия;
- Менеджмент: основы и история развития;
- Менеджмент в маркетинговой среде;
- Управление рекламой и персоналом в сфере рекламы;
- Суть методики PEST- анализа;
- Развитие науки управления: основные научные школы менеджмента;
- Менеджмент: основные понятия, предмет менеджмента, функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль;
- История возникновения и развития рекламы;
- История развития рекламы в России. Современные проблемы функционирования российского рекламного рынка;
- Стимулирование сбыта как средство эффективного краткосрочного воздействия на поведение потребителей. Виды стимулирующих приемов;
- Способы оценки психологической эффективности рекламы. Приемы повышения ее эффективности;
- Правовое регулирование рекламной деятельности;
- Планирование в рекламной деятельности – как процесс создания предпосылок и условия ее ведения. Включение плана в маркетинговую стратегию;
- Понятий рекламного менеджмента;
- Задачи рекламного менеджмента;
- Организация и регулирование рекламной деятельности;
- Разработка и принятие решений в сфере рекламной деятельности, планирование и реализация рекламной кампании, творческое развитие рекламы;
- Использование основных средств распространения рекламы с учетом специфических возможностей и особенностей;
- Субъекты рекламного менеджмента;
- Основные отличия субъектов рекламного менеджмента.

6.4. Критерии оценивания

"Зачтено":

- студент подготовил доклад по одной из предложенных (либо по альтернативной актуальной теме) тем с презентацией и раскрыл взгляд нескольких научных школ (исследователей) на поставленный вопрос;
- студент подготовил и защитил презентацию в рамках самостоятельной работы;
- студент верно и обоснованно ответил минимум на 5 из 10 случайным образом выбранных вопросов к зачету.

"Не зачтено":

- студент не подготовил доклад по одной из предложенных (либо по альтернативной актуальной теме) тем с презентацией и/или не раскрыл взгляд нескольких научных школ (исследователей) на поставленный вопрос;
- студент не подготовил и не защитил презентацию в рамках самостоятельной работы;
- студент неверно и/или необоснованно ответил менее чем на 5 из 10 случайным образом выбранных вопросов к зачету.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.1	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/582634)	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л1.2	Федотова Л. Н.	Реклама: теория и практика: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/583268)	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
--	---------------------	----------	-------------------	--------



	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.1	Сережко Т.А.	Правовые основы социальной работы с отдельными категориями граждан: учебное пособие (https://znanium.ru/catalog/document?id=471096)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2026	ЭБС
Л2.2	Карпова С. В.	Рекламное дело: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/582727)	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л2.3	Болотова А. К., Жуков Ю. М., Петровская Л. А.	Социальные коммуникации. Психология общения: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/582915)	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. URL: http://e.lanbook.com/
Э2	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. URL: http://biblioclub.ru/
Э3	Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. URL: https://biblio-online.ru
Э4	eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp
Э5	«Киберленинка» Научная электронная библиотека/ https:// cyberleninka.ru

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

Adobe Reader

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

<http://www.socio.msu.ru> – «Электронная библиотека социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, журналы «Социология», Вестник Московского университета;

<http://sj.obliq.ru> – «Социологический журнал»;

<http://www.nir.ru/socio/scipubl/socis.htm> – «Социологические исследования» (социс).

<http://www.inion.ru/index26.php> – Электронная библиотека ИНИОН РАН.

http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Article/mert_soc.php

<http://www.ecsocman.edu.ru/text/16710989/>

<http://ecsocman.edu.ru/text/19185440/>

<http://intellectus.su/lib/00034.htm>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для реализации дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (ноутбук (компьютер) с программами для обработки звуковой и видеоинформации, текстовые и графические редакторы и т.п.) и программно-методическим обеспечением (доступ к информационно-образовательной среде Moodle, электронные словари и т.п.).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета, а также к информационно-образовательной среде moodle.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение содержания учебной дисциплины «Менеджмент в рекламной деятельности» осуществляется на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной учебной деятельности студентов.



В процессе прослушивания и ведения лекционных записей особое внимание следует уделить знаниям, позволяющим приобрести умения и выработать навыки самостоятельной работы с учебной и научной литературой, подготовки к семинарам, зачету и экзамену.

Лекционный материал является важным, но не единственным для усвоения учебной дисциплины. Его обязательно необходимо дополнить материалом основной и дополнительной литературы по теме.

Подготовка к семинарским занятиям требует усвоения каждым студентов всех вопросов, выносимых на обсуждение.

Подготовка к любому семинарскому занятию включает в себя ряд этапов. Ознакомившись с рекомендованной литературой и заданиями, студент начинает свою работу по подготовке к семинару:

- 1) планирование работы: определяется объём литературы, методика подготовки к семинару, сроки выполнения;
- 2) чтение литературы: начинается с основных источников (учебник, лекция) и заканчивается работой над дополнительной литературой;
- 3) выписки: делаются по каждому пункту плана, отрабатываются записи лекций;
- 4) составляются планы ответов, готовятся цитаты, тезисы.

План помогает студенту организовать свою работу над темой, делает его ответы более целенаправленными, логичными, последовательными, доказательными.

После изучения литературы и составления конспекта необходимо составить план устного ответа и продумать содержание выступления, примеры. Особое внимание следует уделять работе над содержанием понятий. Важно понимать логику автора понятия, искать расшифровку незнакомых терминов. По вопросам, которые вызывают трудности при изучении, можно получить индивидуальную консультацию у преподавателя.

Некоторые советы по выступлению (при ответе) на семинаре:

- если вы чувствуете, что недостаточно хорошо владеете языком устного изложения, составляйте подробный план материала, который будет излагаться;
- старайтесь отвечать, придерживаясь пунктов плана;
- старайтесь преодолеть волнение, вас окружают товарищи, а они очень благожелательны к вам;
- говорите четко, внятно, не употребляйте слова-паразиты, нелегитимные слова. Не забывайте, что одновременно вы работаете над своим вербальным имиджем;
- старайтесь чаще излагать свои мысли (связанные с учебным процессом) окружающим во внеучебной обстановке – дома, в общежитии;

- преодолевайте боязнь выступления. Смелее вступайте в полемику, не переживайте, если вам не удалось в ней одержать верх.

Другим направлением учебной деятельности студентов является самостоятельная работа с научной и учебной литературой.

Научная литература — совокупность письменных трудов, которые созданы в результате исследований, теоретических обобщений, сделанных в рамках научного метода. Научная литература предназначена для информирования учёных и специалистов о последних достижениях науки, а также для закрепления приоритета на научные открытия.

К учебной литературе относятся произведения печати, создаваемые как средство обучения для определенной системы образования или переподготовки кадров, для конкретного учебного заведения или для самообразования.

Учебную литературу группируют по видам изданий:

- программно-методические – программы (рабочие, стабильные), методические указания к программам, методические письма и руководства;
- обучающие – учебники, учебные пособия (текстовые), лекции, конспекты лекций, сборники лекций;
- вспомогательные – хрестоматии, практикумы, сборники практических заданий, упражнений и задач, планы практических и семинарских занятий, атласы, рабочие тетради, лабораторные журналы; издания для чтения на иностранных языках, содержащие методический аппарат.

Основной вид учебной литературы – учебник.

Информация о социальной практике в сфере труда зачастую представлена в периодических изданиях, таких как: *Вестник МГУ: социология, политология; * Общество и экономика; *Общественные науки и современность; *Российский экономический журнал; *Социально-гуманитарные знания; Социология; *Социологические исследования; *Человек и труд; Менеджмент в России и за рубежом.

Важным качеством, необходимым студенту для эффективной самостоятельной работы, является читательская культура.

Искусство чтения предполагает способность гибкого чтения в зависимости от его цели, задач и характера текста. Чтение должно быть организовано таким образом, чтобы, отсеивая лишнее, мы умели выбирать только существенно новое, составляющее основу знаний.

В зависимости от цели и задач, которые мы ставим перед собой, выбирается тот или иной способ чтения.

Ознакомительное (беглое) чтение позволяет получить о книге или статье первое общее представление.

Быстрое чтение – сплошное чтение текста, обеспечивающее полное и качественное усвоение прочитанного и выполняемое нетрадиционными методами. Оно представляет активный сознательный процесс, в ходе которого анализируются факты, суждения, происходит синтез отдельных понятий, в результате чего закладывается фундамент нового знания. В тех случаях, когда достигается совершенство, такое чтение частично переходит в аналитическое.



Углублённое чтение. При таком чтении обращается внимание на детали, производится их анализ и оценка. Иногда такой вид чтения называют аналитическим, критическим, творческим. Этот способ считается лучшим при изучении учебных дисциплин, его используют при знакомстве с материалом новой темы, таблицами. Чтение учебника – это углублённое чтение. Оно требует повышенного внимания и усвоения прочитанного. Поэтому в данном случае важно делать записи.

Панорамное быстрое чтение. Используются специальные тренировочные упражнения, благодаря которым студент добивается существенного увеличения угла (поля) зрения. Возникает эффект панорамного видения текста (эффект фузионной дивергенции, т.е. разведение зрительных осей глаз). За счет этого повышается скорость чтения и качество усвоения прочитанного.

Выборочное чтение. Разновидность быстрого чтения, при котором избирательно читаются отдельные разделы текста: внимание фиксируется только на аспектах текста, которые необходимы. Этот метод очень часто используется при вторичном чтении книги после ее предварительного просмотра. В этом случае страницы книги листаются до тех пор, пока не отыщется нужный раздел. Его читают углубленно.

Чтение-просмотр-сканирование используется для предварительного ознакомления с книгой. С помощью этого метода определяют ценность книги: «пробегают» предисловие, по оглавлению выискивают наиболее важные положения, просматривают заключение, составляется «диагноз» книги. Сканирование – быстрый просмотр с целью поиска фамилии, слова, факта. Развивая и тренируя зрительный аппарат, и особенно периферийное зрение, читатель при взгляде на страницу текста мгновенно обнаружит увидеть нужные сведения.

Работа с литературой предполагает ведение записей прочитанного. Видами таких записей являются план, выписки и цитаты. План - наиболее сокращенный вариант записи прочитанного. Он может быть простым (кратким) и развернутым. В него входит перечень вопросов, рассматриваемых в изучаемом материале. План обычно раскрывает логику автора, способствует лучшей ориентации в содержании произведения. Планы, составленные ранее, могут использоваться как репродуктивный метод для воспроизведения прошлого знания. Форма плана не исключает цитирования отдельных мест, обобщений особенно касающихся последних фактов или событий. В отличие от простого, развернутый план может включать основные идеи произведения, выдержки из него. Таким планом удобно пользоваться при подготовке теста собственного выступления, доклада, статьи на ту или иную тему.

Достоинство выписки заключается в точности, достоверности авторского текста, удобстве пользоваться записями при последующей работе, накоплении и обобщении фактического материала. Они, выделяя из текста самое главное, существенное, помогают его глубже понять, помогают создать задел на будущее. Такой задел необходим для быстрой мыслительной мобилизации, концентрации знаний, их быстрого и точного воспроизведения. Выписки хотя и отнимают время, но в целом экономят временной потенциал обучающегося.

Выписки можно делать по ходу чтения или после завершения ознакомления с текстом. Цитаты - это выписки, приводимые дословно. Основные правила: цитировать по возможности законченными частями текста (цельными предложениями, цельными небольшими абзацами); каждую цитату заключать в кавычки. Если цитату выписывают из середины предложения, то после вводных кавычек ставят три точки. После каждой цитаты следует указывать ее источник.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (онлайн-лекции (вебинары) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, электронная почта). Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты. Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.



Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.