

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 19.05.2025 14:27:21 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323	МИНОВЕРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	Рабочая программа дисциплины "Профессиональный брендинг" по направлению подготовки (специальности) 44.03.02 Психолого-педагогическое образование" направленности (профилю) Педагог- психолог ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1
--	--	---	--------

## **Рабочая программа дисциплины (модуля)\***

**Профессиональный брендинг**

**Направление подготовки (специальность)**

**44.03.02 Психолого-педагогическое образование**

**Направленность (профиль)**

**Педагог-психолог**

**Присваиваемая квалификация (степень)**

**Бакалавр**

**Форма обучения**

**очная**

**Год(ы) набора 2024**

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

**Челябинск 2024 г.**

**Профессиональный брендинг**

**Направление подготовки (специальность)**

**44.03.02 Психолого-педагогическое образование**

**Направленность (профиль)**

**Педагог-психолог**

**Присваиваемая квалификация (степень)**

**Бакалавр**

**Форма обучения**

**очная**

**Год(ы) набора 2024**

Проректор по учебной работе

утверждено 21.02.24

А.А. Саламатов

Ученым советом института образования и практической психологии

Протокол заседания № 11 от 15.02.2024

Председатель Ученого совета  
института образования и  
практической психологии

согласовано

И.А. Трушина

**Заседанием кафедры общей и профессиональной педагогики**

Протокол заседания № 9 от 20.02.2024

Заведующий кафедрой

согласовано

С.А. Курносова

Автор (составитель)

А.А. Карташова

**Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1**



## 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

Целью изучения дисциплины «Профессиональный брендинг» является приобретение теоретических знаний о бренде как основополагающей

категории маркетинга и получение практических навыков, связанных с процессом управления брендом в образовании

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: ФТД.01

#### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Теория и современные технологии обучения

Педагогика

Введение в психолого-педагогическую деятельность

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

Введение в информационные технологии

Гибкое управление проектами (содержание и технологии внеклассной работы по психологии в старших классах)

Нормативно-правовые и этические основы профессиональной деятельности педагога-психолога

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

**УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни**

#### Знать:

способы самоанализа и самооценки собственных сил и возможностей;

#### Уметь:

планировать свою жизнедеятельность в течение всей жизни

#### Владеть:

инструментами и методами управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

#### 3.1 Знать:

3.1.1 – модели брендов, характера решений относительно сравнения преимуществ бренда, стратегии позиционирования, идентичность бренда, атрибуты бренда;

3.1.2 – процесс разработки программ лояльности и управления брендами;

3.1.3 – современные технологии маркетинговых исследований в брендинге;

#### 3.2 Уметь:

3.2.1 - определять классификационную принадлежность бренда;

3.2.2 – разрабатывать модель бренда;

3.2.3 – разрабатывать маркетинговые стратегии позиционирования бренда;

#### 3.3 Владеть:

3.3.1 – методологией инструментов маркетингового управления, в частности, характера решений, относительно управления брендом компании;

3.3.2 – практическими навыками формирования, управления и продвижения брендом.



#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 72 в том числе : аудиторные занятия : 12 самостоятельная работа : 58,7 : контактная работа: 13,3 ИКР: 1,3	Виды контроля в семестрах:  зачеты 2

#### 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
<b>Раздел 1. Основы брендинга</b>				
1.1	Предмет дисциплины. Межпредметные связи дисциплины «Технологии создания бренда образовательной организации» с другими учебными дисциплинами. /Пр/	2	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3
1.2	Предмет дисциплины. Межпредметные связи дисциплины «Технологии создания бренда образовательной организации» с другими учебными дисциплинами. /Ср/	2	8,7	Л1.3 Л1.4Л2.1
1.3	Сущность и основные аспекты разработки, продвижения и управления брендом. /Пр/	2	2	Л1.3 Л1.4Л2.1
1.4	Сущность и основные аспекты разработки, продвижения и управления брендом. /Ср/	2	8	Л1.3 Л1.4Л2.1
1.5	Понятийный аппарат курса: торговая марка, бренд, товарный знак, сервисная марка, позиционирование бренда, брендинг, товар, жизненный цикл бренда, лояльность к бренду, индивидуальность бренда, идентичность, образ, имидж, репутация и т.д. /Ср/	2	10	Л1.3 Л1.4Л2.1
1.6	Семиотический треугольник: означающее – означаемое – денотат. Денотативное и коннотативное значение предмета. /Пр/	2	2	Л1.3 Л1.4Л2.1
1.7	Понятийный аппарат курса: торговая марка, бренд, товарный знак, сервисная марка, позиционирование бренда, брендинг, товар, жизненный цикл бренда, лояльность к бренду, индивидуальность бренда, идентичность, образ, имидж, репутация и т.д. /Пр/	2	2	
<b>Раздел 2. Бренд как метод и инструмент маркетинга в образовательных организациях.</b>				
2.1	Роль бренда в современной экономики организаций. /Ср/	2	6	Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1
2.2	Связь между корпоративной и брендинговой стратегией. /Ср/	2	8	Л1.3 Л1.4Л2.1 Э3
2.3	Факторы, определяющие развитие бренда. Стратегические цели бренда. Использование бренда для информирования о других стратегических приоритетах образовательной организации. /Ср/	2	10	Л1.3 Л1.4Л2.1
2.4	Законодательная основа в области марочной политики образовательной организации. Перспективы развития брендинга. /Ср/	2	8	Л1.3 Л1.4Л2.1
2.5	Законодательная основа в области марочной политики образовательной организации. Перспективы развития брендинга. /Пр/	2	2	
2.6	Роль бренда в современной экономики организаций. /Пр/	2	2	
<b>Раздел 3. Иная контактная работа</b>				



3.1 Индивидуальные консультации, текущий контроль /ИКР/

2

1,3

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 6.1. Перечень видов оценочных средств

Темы для презентаций-докладов  
Вопросы к зачёту

### 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Темы для презентаций-докладов  
Особенности формирования брендов на различных типах рынков  
Процесс разработка бренда  
Аналитические процедуры в брендинге  
Подходы к маркетинговым исследованиям в брендинге  
Количественные методы исследования: оценка осведомленности, изучение образа марки, оценка восприятия торговой марки, оценка приверженности к торговой марке  
Позиционирование бренда образовательной организации  
Идентичность бренда образовательной организации

### 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Вопросы к зачёту

1. Предмет дисциплины. Межпредметные связи дисциплины «Технологии создания бренда образовательной организации» с другими учебными дисциплинами
2. Сущность и содержание понятий бренд, брендинг, фирменный стиль.
3. Понятийный аппарат курса: торговая марка, бренд, товарный знак, сервисная марка, позиционирование бренда, брендинг, товар, жизненный цикл бренда, лояльность к бренду, индивидуальность бренда, идентичность, образ, имидж, репутация и т.д.
4. Семiotический треугольник: означающее – означаемое – денотат. Денотативное и коннотативное значение предмета
5. Роль бренда в современной экономике организаций
6. Связь между корпоративной и брендинговой стратегией
7. Факторы, определяющие развитие бренда. Стратегические цели бренда. Использование бренда для информирования о других стратегических приоритетах образовательной организации
8. Законодательная основа в области марочной политики образовательной организации. Перспективы развития брендинга
9. Бренд как метод и инструмент маркетинга в образовательных организациях
10. Понятийный аппарат курса: торговая марка, бренд, товарный знак, сервисная марка, позиционирование бренда.
11. Понятийный аппарат курса: брендинг, товар, жизненный цикл бренда, лояльность к бренду, индивидуальность бренда, идентичность, образ, имидж, репутация и т.д.
12. Профессиональный брендинг в современных условиях образования.
13. Разработка бренда
14. Сущность и основные аспекты разработки, продвижения и управления брендом
15. Сущность бренда на различных логических уровнях рассмотрения
16. Правоохранность и правоспособность брендов
17. Индивидуальность бренда
18. Подходы к управлению брендами: модели брендинга
19. Основные этапы и их содержание.
20. Преимущества и недостатки моделей брендинга.

### 6.4. Критерии оценивания

Промежуточная аттестация в форме зачета оценивает результаты учебной деятельности студента в течение всего семестра. Индивидуальный результат учебной деятельности студента учитывает следующие показатели: результаты выполнения тестов самоконтроля по всем темам дисциплины, решение задач, результаты выполнения проектных заданий. Если по итогам работы на семинарах не представляется возможности поставить отметку «Зачтено», со студентом проводится итоговое занятие в форме тестирования и собеседования по вопросам тех тем, разделов, к которым он не был готов отвечать на семинаре, или ответил неудовлетворительно, или отсутствовал на семинарском (практическом) занятии. Отметка «Зачтено» ставится, если студент демонстрирует точное и прочное знание материала в заданном объеме; понимает материал, способен самостоятельно рассуждать и делать умозаключения, основанные на анализе научного психологического знания. Возможны некоторые неточности, но такие, которые не служат препятствием для дальнейшего обучения.



Отметка «Не зачтено» ставится, если студент материалом не владеет, не понимает его, знания поверхностные, отрывочные, студент не способен самостоятельно рассуждать и делать умозаключения, основанные на анализе пройденного материала, допускает серьезные ошибки.

## 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	Максимов М. Ю.	Разработка бренда для организации: монография ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=89578">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=89578</a> )	Москва : Лаборатория книги, 2010	ЭБС
Л1.2	Демченко С. Г., Юсупова Г. Р.	Исследование бренда высшего учебного заведения: монография ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=257692">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=257692</a> )	Казань : Познание (Институт ЭУП), 2012	ЭБС
Л1.3	Годин А. М.	Брендинг: учебное пособие ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453899">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453899</a> )	Москва : Дашков и К, 2016	ЭБС
Л1.4	Моисеева Н. К., Рюмин М. Ю., Слушаенко М. В., Будник А. В.	Брендинг в управлении маркетингом	Москва : Омега- Л, 2006	

#### 7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.1	Сайкин Е. А.	Основы брендинга: учебное пособие ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=576511">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=576511</a> )	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016	ЭБС
Л2.2	Карпова С. В., Захаренко И. К.	Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата ( <a href="https://urait.ru/bcode/532697">https://urait.ru/bcode/532697</a> )	Москва : Юрайт, 2023	ЭБС
Л2.3	Мужицкая Т., Белашева И.	Измени жизнь, оставаясь собой: Личный ребрендинг: научно- популярная литература ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=436317">https://znanium.com/catalog/document?id=436317</a> )	Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2019	ЭБС
Л2.4	Уиллер А.	Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов: практическое пособие ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=436416">https://znanium.com/catalog/document?id=436416</a> )	Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2004	ЭБС

### 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. URL: <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
Э2	Юрайт [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. URL: <a href="https://biblio-online.ru">https://biblio-online.ru</a>
Э3	Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. URL: <a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a>

### 7.3 Перечень информационных технологий

#### 7.3.1 Программное обеспечение

MS Office365

LMS Moodle

#### 7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы



Рабочая программа дисциплины "Профессиональный брендинг" по направлению подготовки (специальности) 44.03.02 "Психолого-педагогическое образование" направленности (профилю) Педагог- психолог ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 7

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон.б-ка. – Москва, 1999 – . – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 01.09.2020). – Яз. рус., англ.
2. Moodle [Электронный ресурс] : система управления обучением : [база данных] / Челяб. гос. ун-т. – Челябинск, б.г. – Доступ из сети ЧелГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.uio.csu.ru/login/index.php> (дата обращения: 01.09.2016).
3. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – Москва, 2002 – . – Режим доступа: <http://znanium.com/> (дата обращения: 01.09.2020). Доступ открыт к книгам основной коллекции. После регистрации из сети университета доступ возможен с любого устройства, с выходом в Интернет.
4. Издательство Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС). – Санкт-Петербург, 2010 – . – Доступ к полным текстам с любого компьютера, после регистрации из сети ЧелГУ. – URL: <http://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.09.2020).
5. ИНФОРМИО [Электронный ресурс] : электронный справочник [обеспечение всех типов образовательных учреждений нормативными, методическими, научно-практическими материалами]. – Москва, 2010 – . – Доступ из сети университета: <http://www.informio.ru/> (дата обращения: 01.09.2016).
6. Практикум психолого-педагогический-16 [Электронный ресурс]: электронный курс. – URL: <http://moodle.uio.csu.ru/course/view.php?id=1052>
7. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. – Москва, 2001 – . – Доступ к полным текстам с любого компьютера, после регистрации из сети ЧелГУ – URL: <http://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.09.2020).
8. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос.гос.б-ка. – Москва: Рос.гос. б-ка, 2003 – . – Доступ только из сети университета: <http://diss.rsl.ru/> (дата обращения: 01.09.2020).

eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В ходе изучения дисциплины студенты имеют доступ к современным электронным базам данных, содержащим актуальную, в том числе зарубежную исследовательскую и иную профессиональную литературу по профилю подготовки, доступ к тематическим и профессионально ориентированным Интернет-ресурсам. Факультет психологии и педагогики располагает: аудиторией, оборудованную проектором NEC Projector NP 40 G, экраном Projecta Slim Screen, ноутбуком Toshiba, ноутбуком HP Compaq ауд. (ауд. 410); аудиторией для проведения семинарских и практических занятий на 25 посадочных мест, оборудованную учебной и мягкой мебелью, учебными муляжами, схемами, таблицами (ауд. 109); специализированной компьютерной аудиторией с выходом в Интернет и наличием внутренней сети на 19 компьютеров IntelPentium 2,6 GHz, видеопроектором Benq (ауд. 110); ноутбук Acer 2 GHz, видеопроектор Benq, интерактивная доска SmartBoard (ауд. 111); кабинетом педагогики и психологии, оборудованный 9 компьютерами IntelPentium 2,6 GHz с выходом в Интернет, видеопроектором Sanuo, учебной и научной литературы, периодические издания (ауд.102); библиотекой (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных, Интернет-ресурсам).

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

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (вебинары, чаты, видео-конференции) 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, социальных сетей и т.п.

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 голо информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося.

1. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения: портативный компьютер



с вводом/выводом шрифтом Брайля с синтезатором речи «EiBraille-W14J G2»; ноутбуки с программной экранного доступа NVDA; электронные увеличители для удаленного просмотра; видеувеличители портативные; тифлоплеер; цифровые диктофоны.

2. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями слуха: система свободного звукового поля со встроенной совместимостью с FM-устройствами; радиоклассы «Сонет-PCM» с передатчиком, заушным индуктором и индукционной петлей; система информационная для слабослышащих переносная «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором; документ-камера; программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования.

3. Ассистивные информационные технологии: программное обеспечение экранного доступа с синтезом речи NVDA; программы экранного увеличения; программы речевого синтеза для компьютеров и ноутбуков; программы речевого синтеза для мобильных устройств; экранная клавиатура; экранная лупа.

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

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся 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 к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах, с помощью специальных технических и программных средств (рабочее место для незрячего пользователя с программным обеспечением экранного доступа с синтезом речи NVDA, рабочее место с компьютерным роллером и клавиатурой Clevy с большими кнопками и с разделяющей клавиши накладкой).

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

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle, Adobe Connect Pro и пр.).

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей, обучающихся:

- а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме шрифтом Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика);
- б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);
- в) доступная форма предоставления 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 технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства. 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. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.