

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Гаскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 13.04.2026 15:45:23 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f506cb77a486b9a878808522523	Рабочая программа дисциплины "Социология рекламы" по направлению подготовки (специальности) 39.03.01 "Социология" направленности (профилю) Социология маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

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

Социология рекламы

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.

**39.03.01 Социология Социология маркетинга и рекламы, Социология рекламы, 2026, очно**

**Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована:**

Проректор по учебной работе утверждено 27.02.26

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания № 11 от 24.02.2026

Председатель Ученого совета  
факультета экономики и  
управления

согласовано

А. А. Егорова

**Заседанием кафедры социальной работы и социологии**

Протокол заседания № 7 от 13.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

Л.Б. Владыкина

Автор (составитель)

Л.Б. Владыкина

**Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 274-1**



## 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

Цель освоения дисциплины - изучение теоретических и практических аспектов рекламной деятельности, специфики рекламной коммуникации в современном обществе.

Изучение дисциплины направлено на решение следующих задач:

- 1) рассмотреть ключевые понятия социологии и психологии рекламы, особенности и технологии создания рекламного продукта;
- 2) сформировать навыки анализа рекламы как социального института;
- 3) развить у студентов умения поэтапной разработки рекламной кампании и применения психологических методов привлечения внимания потребителей к рекламным обращениям;
- 4) познакомить студентов с социологическими методами изучения рекламы и рекламного рынка;
- 5) выработать навыки использования полученных знаний в профессиональной деятельности для повышения эффективности рекламной коммуникации и регулирования взаимодействий между рекламодателями и потребителями.

Результаты обучения по дисциплине направлены на достижение индикаторов:

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК-2: Способность к организационному и методическому обеспечению сбора социологической информации

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.ДВ.01.02

#### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Маркетинг

Маркетинговые исследования

Связи с общественностью

#### 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:

Менеджмент в рекламной деятельности

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Социология маркетинга

Социология маркетинговых коммуникаций

Рекламная деятельность

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

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

#### Знать:

- как осуществлять поиск информации и определять критерии системного анализа поставленных задач.
- приемы критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач.

#### Уметь:

- выполнять поиск информации и определять критерии системного анализа поставленных задач.
- использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач.

#### Владеть:



- навыками поиска информации и определения критериев системного анализа поставленных задач.
- навыками критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач.

**ПК-2: Способность к организационному и методическому обеспечению сбора социологической информации**

**Знать:**

- методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.
- правила подготовки инструментария для сбора социологической информации.
- особенности проведения инструктажа персонала по сбору социологической информации.

**Уметь:**

- детализировать методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.
- разрабатывать инструментарий для сбора социологической информации (бланки анкет, интервью, наблюдения, анализа документов).
- проводить инструктаж персонала по сбору социологической информации.

**Владеть:**

- методами сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.
- навыками разработки инструментария для сбора социологической информации.
- технологией проведения инструктажа персонала по сбору социологической информации.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- как осуществлять поиск информации и определять критерии системного анализа поставленных задач.
3.1.2	- приемы критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач.
3.1.3	- методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.
3.1.4	- правила подготовки инструментария для сбора социологической информации.
3.1.5	- особенности проведения инструктажа персонала по сбору социологической информации.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- выполнять поиск информации и определять критерии системного анализа поставленных задач.
3.2.2	- использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач.
3.2.3	- детализировать методы сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.
3.2.4	- разрабатывать инструментарий для сбора социологической информации (бланки анкет, интервью, наблюдения, анализа документов).
3.2.5	- проводить инструктаж персонала по сбору социологической информации.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	- поиска информации и определения критериев системного анализа поставленных задач.
3.3.2	- критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач.
3.3.3	- сбора социологической информации применительно к условиям научного исследования и особенностям выбранной методической стратегии.
3.3.4	- разработки инструментария для сбора социологической информации.
3.3.5	- проведения инструктажа персонала по сбору социологической информации.
3.3.6	



#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 144 в том числе : аудиторные занятия : 52 самостоятельная работа : 52,7 часов на контроль : 36 контактная работа: 55,3 ИКР: 3,3	Виды контроля в семестрах:  экзамены 3

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

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Квнс	Часов	Литература
	<b>Раздел 1. 1. Понятие рекламы: социологический и психологический подходы. Функции рекламы в обществе</b>			
1.1	Социологический подход к понятию и функциям рекламы. /Лек/	3	4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Э1 Э2 Э3
1.2	Социологический и психологический подход к понятию и функциям рекламы. /Пр/	3	6	Э1 Э2 Э3
1.3	Социологический и психологический подход к понятию и функциям рекламы. /Ср/	3	9,4	Э1 Э2 Э3
1.4	Психологический подход к понятию и функциям рекламы. /Лек/	3	2	Э1 Э2 Э3
	<b>Раздел 2. 2. Организация и регулирование рекламной деятельности. Рекламные стратегии и методы привлечения внимания к рекламе</b>			
2.1	Организация и регулирование рекламной деятельности. Рекламные стратегии и методы привлечения внимания к рекламе /Лек/	3	6	Э1 Э2
2.2	Организация и регулирование рекламной деятельности. Рекламные стратегии и методы привлечения внимания к рекламе /Пр/	3	8	Л2.3 Э1 Э2 Э3
2.3	Организация и регулирование рекламной деятельности. Рекламные стратегии и методы привлечения внимания к рекламе /Ср/	3	10	Э1 Э3
	<b>Раздел 3. 3. Сегментация потребительского рынка . Рекламный текст: структура и приёмы создания</b>			
3.1	Основы и принципы сегментации потребительского рынка. /Лек/	3	4	Э1 Э2 Э3
3.2	Основы и принципы сегментации потребительского рынка. /Пр/	3	10	Э1 Э2 Э3
3.3	Особенности создания рекламного текста с учетом целевой аудитории. /Ср/	3	12,9	Э1 Э3
3.4	Особенности создания рекламного текста с учетом целевой аудитории. /Лек/	3	2	Э1 Э2 Э3
	<b>Раздел 4. 4. Социологические исследования рекламной деятельности. Социологическое обеспечение рекламной кампании</b>			
4.1	Социологические исследования рекламной деятельности. Социологическое обеспечение рекламной кампании /Ср/	3	20,4	Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3
4.2	Социологические исследования рекламной деятельности. Социологическое обеспечение рекламной кампании /Пр/	3	10	Э1 Э2 Э3
4.3	Контрольная работа /ИКР/	3	3,3	Э1 Э3

#### 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ



### 6.1. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, доклад, собеседование (экзамен).

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

Вопросы для самоконтроля (устный опрос):

1. С чем связано появление рекламы?
2. Какова роль рекламы в современном обществе?
3. Дайте характеристику основных этапов развития рекламного дела в России и за рубежом.
4. Опишите структуру современной рекламы.
5. Какие виды рекламы выделяют в зависимости от поставленных задач? Приведите примеры.
6. Дайте характеристику функций рекламы в обществе.
7. Какие из рассмотренных функций, на Ваш взгляд, являются наиболее важными? Обоснуйте свой ответ.
8. Какие еще функции (задачи) выполняет реклама в обществе?

Примерные темы докладов:

1. Реклама как социальный институт
2. Современный рекламный бизнес
3. Рекламный рынок России: состояние и перспективы развития
4. Правовое и нравственное регулирование рекламной деятельности
5. Реклама как метод управления поведением потребителей
6. Рекламная кампания: понятие, виды, социологическое обеспечение
7. Рекламные агентства: структура и специфика деятельности
8. Отношение населения к рекламе
9. Социокультурное влияние рекламы
10. Гендерный аспект рекламной коммуникации
11. Семейные образы в рекламе
12. Международные аспекты рекламы
13. Юмор в рекламе
14. Экономическая и коммуникативная эффективность рекламы
15. Дизайн рекламы
16. Креатив в рекламе
17. Имиджевая реклама
18. Рекламный образ как фактор потребительского поведения
19. Бренд: понятие, структура, технология создания
20. Манипулятивные технологии в рекламе
21. Использование мифов в рекламе
22. Социальная реклама как специфическая отрасль рекламной деятельности
23. Политическая реклама
24. «Детская реклама»: особенности языка и способы воздействия
25. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
26. Реклама в сфере туризма и гостиничного бизнеса
27. Реклама в банковской сфере
28. Реклама образовательных услуг
29. Реклама торгового предприятия
30. Реклама в античном обществе
31. Западноевропейская и североамериканская реклама 19 – 20 веков
32. История российской рекламы

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

Примерные вопросы для собеседования (экзамена):

1. Понятие рекламы, ее назначение и функции.
2. Исторические этапы в развитии рекламы в России.
3. Основные субъекты и направления рекламной деятельности. Разработка рекламного бюджета.
4. Типы и виды рекламы.
5. Психология рекламы как отрасль научного знания.
6. Мотивация поведения потребителя.
7. Психологические факторы формирования интереса потребителей к рекламе. Уникальное торговое предложение.
8. Методы привлечения внимания к рекламному сообщению.
9. Рекламные стратегии.



10. Форма рекламного обращения. Варианты стилизового оформления рекламного обращения.
11. Структура рекламного обращения. Схема рекламного текста.
12. Использование музыки и цвета в рекламе.
13. Рекламный слоган: виды и правила составления. Методика создания рекламного имени.
14. Средства и носители рекламной информации.
15. Преимущества и недостатки теле- и радиорекламы. Правила создания теле- и радиороликов.
16. Разновидности печатной рекламы.
17. Наружная реклама, ее назначение, виды, правила создания.
18. Понятие, назначение и ценность товарного знака. Виды товарных знаков.
19. Бренд и брендинг.
20. Дифференциация рекламы в соответствии с социальной стратификацией и культурной общества.
21. Социальные ценности в рекламе.
22. Рекламная кампания: понятие, виды, этапы проведения.
23. Цели и виды контроля рекламной деятельности.
24. Правовое регулирование рекламной деятельности.

#### 6.4. Критерии оценивания

Критерии оценивая теоретического вопроса (собеседование, контрольная работа):

«отлично»:

- 1) студент логично и последовательно излагает материал;
- 2) студент умеет выявлять и анализировать проблемы и предлагает способы их решения;
- 3) студент знает основные принципы принятия и реализации решений;
- 4) содержание выступления подтверждает знание и свободное владение фактическим материалом студента по теме;

«хорошо»:

- 1) студент испытывает отдельные затруднения в логичности и последовательности изложения материала;
- 2) студент допускает отдельные неточности и затруднения в выявлении и анализе проблемы;
- 3) студент допускает незначительные ошибки при определении принципов принятия решений;
- 4) в содержании выступления присутствуют незначительные неточности при изложении фактического материала

«удовлетворительно»:

- 1) студент частично отражает содержание заявленной темы; материал в значительной степени излагается бессистемно и с нарушением логических связей;
- 2) студент испытывает значительные трудности при анализе фактического материала и формировании решения проблем;
- 3) студент испытывает затруднения в изложении фактического материала;
- 4) студентом допускаются ошибки в основном содержания понятий

«неудовлетворительно»:

- 1) студент не отражает содержание заявленной темы, не владеет фактическим материалом;
- 2) студент не умеет анализировать и выявлять проблемы в конкретных ситуациях;
- 3) студент не приводит конкретных примеров, подтверждающих те или иные факты из предметной области вопроса, он не может изложить фактический материал;
- 4) выступление не отражает основные понятия предмета.

Критерии оценивая доклада:

«отлично»:

- 1) текст доклада тесно увязан с заявленной темой;
- 2) актуальность представляемого материала обоснована и доказательна;
- 3) доклад дополняется наглядной, информативной презентацией;
- 4) материал доклада представляется эмоционально, громко и разборчиво;
- 5) докладчик приводит конкретные примеры, подтверждающие те или иные факты из предметной области вопроса, акцентируя внимание на наиболее важные моменты материала

«хорошо»:

- 1) Текст доклада в основных моментах пересекается с заявленной темой;
- 2) студент представляет материал доклада понятно и доступно;
- 3) докладчик приводит конкретные примеры, подтверждающие те или иные факты из предметной области вопроса

«удовлетворительно»:

- 1) текст доклада частично отражает содержание заявленной темы;
- 2) в ходе доклада студент практически всегда читает материал с листа;
- 3) докладчик не приводит конкретных примеров, подтверждающих те или иные факты из предметной области вопроса



«неудовлетворительно»:

- 1) текст доклада не отражает содержание заявленной темы;
- 2) в ходе доклада студент читает материал с листа;
- 3) докладчик не приводит конкретных примеров, подтверждающих те или иные факты из предметной области вопроса;
- 4) студент не может ответить на задаваемые по теме доклада вопросы

## 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	Кравченко С. А.	Социология. Социальная диагностика жизни: учебник и практикум для спо ( <a href="https://urait.ru/bcode/584437">https://urait.ru/bcode/584437</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л1.2	Касьянов В. В.	Социология массовой коммуникации: учебник для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/585668">https://urait.ru/bcode/585668</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л1.3	Касьянов В. В.	Социология массовой коммуникации: учебник для спо ( <a href="https://urait.ru/bcode/587102">https://urait.ru/bcode/587102</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС

#### 7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.1	Галицкий Е. Б., Галицкая Е. Г.	Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/582590">https://urait.ru/bcode/582590</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л2.2	Наместникова И. В.	Методы исследования в социальной работе: учебник для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/582910">https://urait.ru/bcode/582910</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л2.3	Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А.	Рекламная деятельность: учебник для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/583815">https://urait.ru/bcode/583815</a> )	Москва : Юрайт, 2026	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	eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка.
Э3	Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань.

### 7.3 Перечень информационных технологий

#### 7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

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

1. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс]: официальный сайт / Российская государственная библиотека. – Москва: Рос. гос. б-ка, 2003 – . – Доступ к полным текстам из читальных залов библиотеки ЧелГУ: <http://diss.rsl.ru/> (Дата обращения: 23.07.2018).
2. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека [научной периодики на русском языке]. — Москва, [1999 – ]. – Доступ к полным текстам после регистрации из сети ЧелГУ. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (Дата обращения: 23.07.2018).
3. Официальный портал Федерального Собрания Российской Федерации [Электронный ресурс]. – М.: Интра- Плюс, 2000. – Режим доступа: <http://www.duma.ru/>. – Загл. с экрана.
4. Фонд «Общественное мнение» [Электронный ресурс] . – М.: Интра-Плюс, 2008. - Режим доступа: <http://fom.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.

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

Освоение дисциплины осуществляется с использованием средств обучения общего назначения:



- аудитории для проведения лекционных и практических занятий 2-го, 4-го и лабораторного корпусов ЧелГУ с возможностью использования переносного мультимедийного оборудования (экран, ноутбук, проектор, колонки);

- компьютерные классы;

- лаборатория кафедры учета и финансов (аудитория 206 2-го учебного корпуса), оборудованная компьютерами с возможностью доступа в интернет (аудитория для самостоятельной работы студентов).

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

Курс «Социология рекламы» предназначен для студентов, обучающихся по направлению Социология (бакалавриат). Дисциплина требует от обучающихся знаний по истории, обществознанию и русскому языку в объемах, определенных для данных дисциплин соответствующим Государственным стандартом для общего среднего образования.

Основную трудность в период адаптации обучающихся к системе университетской подготовки вызывает самостоятельная работа, в том числе - и самостоятельная работа по подготовке к семинарским (практическим) занятиям.

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- 1) формирование целостного представления об объекте, предмете, основных понятиях социологии организаций; исторических этапах ее становления и развития, ключевых подходах к рассмотрению организации; особенностях появления и развития социологии организаций в России; основных элементах структуры организации;
- 2) выработку умения объяснить взаимосвязь социологии рекламы с другими дисциплинами (социологическими, управленческими, социально-психологическими) и обозначить ее место среди них; обозначить роль рекламы в функционировании и развитии общества в целом, а также отдельных социальных групп, общностей и индивидов; объяснить влияние факторов внешней среды на эффективность рекламной деятельности;
- 3) выработку навыков использования полученных знаний при анализе рекламной деятельности; анализе и корректировке социально-психологического климата в трудовом коллективе; при разработке социальных проектов, внедрении новых социальных технологий по оптимизации рекламной деятельности.

Решение этих задач следует начать с поиска и подбора литературы.

Изучение дополнительной информации по теме. Курс лекций дает необходимую минимальную информацию, при подготовке к семинарским занятиям и экзамену, для качественного и всестороннего изучения потребуются периодические источники – статьи в журналах, опубликованные материалы научных конференций по проблемам социологии организаций. Во время изучения курса студенты регулярно просматривают основные публикации по изучаемой проблематике, подбирают материалы, расширяющие их представления о темах курса.

Рекомендуются для просмотра и изучения следующие издания: журналы «Социология», «Человек и труд», «Управление персоналом», «Проблемы прогнозирования», «Социальная политика и социология», «Вестник Московского университета», «Общественные науки и современность», Серия 18. Социология и политология, «Социологические исследования» («Социс»), «Вестник ЧелГУ», Серия Философия, социология, культурология, «Поиск», «Вестник РАН».

Работу по поиску и изучению научных публикаций в профессиональной литературе рекомендуется начинать с ознакомления со списком публикаций выбранного научного журнала. Такой список всегда представлен в последнем номере журнала каждого года. В сносках и ссылках на источники, которые содержатся в опубликованных статьях, представлены научные монографии, статистические справочники и другая научная литература по избранной теме, а также нормативные документы, регламентирующие и регулирующие изучаемые социальные отношения.

Изучение дополнительной информации должно завершаться ее представлением в определенной форме. Письменно - в виде реферата. Устно - в виде доклада, дискуссии.

В сообщении для выступления на семинаре или практическом занятии рекомендуется придерживаться следующей структуры:

- 1) представление собственного интереса к теме сообщения;
- 2) описание общественного интереса к теме исследований (актуальность);
- 3) представление позиций авторов по теме, сгруппированных по некоторому общему признаку (акценты в представлении вопросов, логика подходов, время публикации, опора на эмпирические данные и т.д.);
- 4) собственное отношение к проблеме, комментарии и рассуждения;
- 5) выводы по представленному материалу и предложение собственных рекомендаций по решению проблемы.

В процессе обсуждения сообщения (дискуссии) слушателям рекомендуется воздерживаться от критических высказываний негативного содержания в адрес выступающего. Наиболее целесообразным и полезными в научном, учебном и мотивационном плане полагается соблюдение двух правил:

- 1) замечание положительных моментов в представленном сообщении;
- 2) высказывание конструктивной критики, представление и обоснование собственной позиции по теме.



Методические рекомендации по изучению отдельных тем:

При изучении отдельных тем необходимо строго следовать рекомендациям преподавателя, заострять внимание на наиболее сложных вопросах, указанных преподавателем. В учебно-методическом комплексе представлены основная и дополнительная литература, а также интернет-источники, которые желательно использовать для подготовки к семинарским занятиям и наилучшего понимания представленного на лекции материала.

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.