


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета факультета
от 15 июня 2021 г., протокол № 14/231
Председатель /Ившина Т.А./
(подпись расшифровка подписи)
«15» июня 2021 г



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Управление информацией (контентом) интернет-ресурсов
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	4/5

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2021 г.

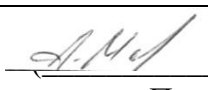
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.


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
Гончарова Н.В.	СОРИК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
 / А.К. Магомедов / Подпись _____ ФИО _____ «15» июня 2021 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: изучить технологии управления информационным контентом: 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; инструменты продвижения контента, управления информацией из различных источников
- изучить особенности восприятия контента потребителями, привлечения аудитории для различных видов контента, методы анализа информационных потребностей посетителей сайта
- сформировать представление об организации и осуществлении работ по созданию и редактированию контента.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма


Дисциплина «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов» относится к вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 7 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины «Теория и практика массовой информации», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях»), а также социальные, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Работа с рекламными и PR-текстами», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта», «Основы интегрированных коммуникаций», «Внутрифирменные коммуникации», «Коммуникационный менеджмент», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление общественным мнением», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Современная пресс- служба», «Планирование антикризисных коммуникаций»). Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», производственная практика.

Данную учебную дисциплину дополняет параллельное освоение следующей дисциплины: PR в сфере культуры. Цифровой маркетинг Организация рекламных и PR-мероприятий, преддипломная практика, ГИА

Заочная форма

Дисциплина «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов» относится к вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 9 семестре.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины «Теория и практика массовой информации», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях»), а также социальные, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Работа с рекламными и PR-текстами», «Современная пресс-служба», «Планирование антикризисных коммуникаций», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта», «Основы интегрированных коммуникаций», производственная практика.

Данную учебную дисциплину дополняет параллельное освоение следующей дисциплины: «PR в сфере культуры». Цифровой маркетинг Организация рекламных и PR-мероприятий, «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях» «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление общественным мнением», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях» «Внутрифирменные коммуникации», «Коммуникационный менеджмент», преддипломная практика, ГИА

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать: технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p> <p>Уметь: проводить мероприятия по повышению и продвижению медиа- имиджа организации, ее руководителя, оценивать эффективность связей с общественностью в данном процессе</p> <p>Владеть: основными методами конструирования имиджа организации и ее руководителя в сети Интернет</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		
ПК4 Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактирования контента	<p>Знать: технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей</p> <p>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: навыками разработке и создания качественного информационного контента, технологиями аудита сайта, анализа информационных потребностей посетителей сата.</p>	

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ


Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 72 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения _очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		7	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	36	36		
Аудиторные занятия:	36	36		
Лекции				
семинарские и практические занятия	36	36		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	36	36		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические работы		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет	Зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения _заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		9	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8		
Аудиторные занятия:	8	8		
Лекции				

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф-Рабочая программа по дисциплине				
семинарские и практические занятия	8	8		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	60	60		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические работы		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет	Зачет (4)		
Всего часов по дисциплине	72	72		

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения


Содержание дисциплины (модуля). 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		
Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга	24		12			12	12	Опрос выполненные практических заданий,
Тема 2. Стратегии распространения и продвижение контента	24		12			12	12	Опрос выполненные практических заданий,
Тема 3. Технологии контент-менеджмента	24		12			12	12	Опрос выполненные практических заданий, защита проекта
Итого	72		36			36	36	

Форма обучения _____ заочная _____

		Виды учебных занятий			Форма текущего
		Аудиторные занятия		Заня	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф-Рабочая программа по дисциплине							
Название разделов и тем	Всего	Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы	тия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	контроля знаний
1	2	3	4	5	6	7	
Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга	4		2			20	Опрос выполненные практических заданий,
Тема 2. Стратегии распространения и продвижение контента	8		2			20	Опрос выполненные практических заданий,
Тема 3. Технологии контент-менеджмента	8		4			20	Опрос выполненные практических заданий, защита проекта
Итого	72*		8		8	60	

*68+4 (зачет)=72

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Лекционные занятия не предусмотрено по учебному плану.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга (форма проведения – практическое занятие)

Вопросы:

- Введение в контент-маркетинг: задача контент-стратегии.
- Анализ целевой аудитории и конкурентов.
- Типы контента: затраты и вовлеченность.


Темы практических занятий:

- Текстовый контент.
- Графический контент. Фотохостинг. Программы и сервисы для обработки графических изображений.
- Инфографика
- Вебинары, книги и исследования как особый вид контента.
- Видеоконтент

Задание: анализ контента информационных ресурсов (по выбору). Подготовить рекомендации по контенту данного сайта

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Введение в контент-маркетинг: задача контент-стратегии.
- Анализ целевой аудитории и конкурентов.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- 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

Домашнее практическое задание: анализ информационных потребностей посетителей социальной сети. Характеристика аудитории. Анализ замечаний, предложений и пр. Анализ статистики. Оценка эффективности работы ресурса на основе имеющихся данных. Работа сдается в письменном виде.

Тема 2. Стратегии распространения и продвижение контента (форма проведения – практическое занятие)


Вопросы – темы практических занятий:

- 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 порядчиками
- Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Управление сообществами. Создание и оформление сообществ
- Создание вирусного контента
- Продвижение контента через социальные сети: ВКонтакте
- Продвижение контента через социальные сети: Facebook
- Продвижение контента через социальные сети: Instagram
- Продвижение контента через мессенджеры: Telegram
- Email-маркетинг.
- SEO-аудит сайта
- Наполнение сайта. Составление семантического ядра. SEO-контент
- Анализ эффективности контент-стратегии

Вопросы для самостоятельного изучения:

- 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 порядчиками
- Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Управление сообществами. Создание и оформление сообществ
- Создание вирусного контента
- Продвижение контента через социальные сети: ВКонтакте
- Продвижение контента через социальные сети: Facebook
- Продвижение контента через социальные сети: Instagram
- Продвижение контента через мессенджеры: Telegram
- Email-маркетинг.
- SEO-аудит сайта
- Наполнение сайта. Составление семантического ядра. SEO-контент
- Анализ эффективности контент-стратегии

Домашнее задание: Анализ эффективности контент-стратегии (по выбору). Работа сдается

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

в письменном виде.

Домашнее задание 2. Составить рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок для заданных конкретных ситуаций. Работа сдается в письменном виде.

Тема 3. Технологии контент-менеджмента (форма проведения – семинар, практическое занятие)

Вопросы:

- 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.
- Работа с негативом

Задание 1: рерайтинг: переработать полученный текст

Задание 2. Обработка комментариев посетителей, подготовка оперативных ответов.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- 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.
- Работа с негативом


Домашнее задание: написание информационных материалов для сайта. Написать статью на заданную тематику: написание текста, подбор графических иллюстраций

Домашнее задание: Обработка комментариев посетителей, подготовка оперативных ответов. На примере информационного ресурса (по выбору) проанализировать ситуацию и предложить варианты работы с негативными комментариями. Подготовить соответствующие тексты.

- Подготовка итоговой практической работы:

Выполнение практической работы является заключительным этапом изучения курса. Ее цель - содействовать практическому применению теоретических навыков, усвоенных в ходе лекционных и семинарских занятий, выработать необходимые навыки и профессиональные умения. Практическая работа по курсу представляет собой законченную самостоятельную разработку, в которой решаются конкретные практические задачи.

Тема: Разработка структуры и коммуникационной стратегии сайта организации / группы в социальных сетях (по выбору). В работе должны быть отражены следующие структурные элементы: обзор ситуации, цель программы, ее задачи, обзор целевых аудиторий, формулировка стратегии и тактики в области работы, разработка коммуникационных инструментов, их обоснование. Требования к работе: практическая значимость, комплексный системный подход к раскрытию темы, наличие элементов творчества. Работа оформляется в письменном виде. Готовится презентация. В ходе защиты проекта студент должен коротко изложить основные положения и выводы своей работы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.


9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
1.	Введение в контент-маркетинг: задача 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. Блоги. Мессенджеры. Рассылки.
10.	Сайт как СМИ
11.	Продвижение контента. Поисковая оптимизация.
12.	Редакционная политика: контент-план, жанры, каналы, рубрики.
13.	Команда и работа с порядчиками
14.	Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Управление сообществами. Создание и оформление сообществ
15.	Создание вирусного контента
16.	Продвижение контента через социальные сети: ВКонтакте
17.	Продвижение контента через социальные сети: Facebook
18.	Продвижение контента через социальные сети: Instagram
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.	Жанры веб-журналистики. Пресс-релизы, статьи, комментарии.
27.	Правила написания текстов для веб-сайтов.
28.	Программы и сервисы в помощь контент-менеджеру.
29.	Семантический анализ текста. Нюансы написания продающего текста. Распространенная ошибка копирайтеров.
30.	Работа с негативом

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Общие положения

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких
Форма А

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

составляющих:


- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- участие в работе семинаров;
- подготовка к зачету и пр.

Очная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	12	Устный опрос, проверка задания,
Тема 2. Стратегии распространения и продвижение контента	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	12	Устный опрос, проверка задания,
Тема 3. Технологии контент-менеджмента	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий Подготовка итоговой работы	12	Устный опрос, проверка задания, защита проекта

Заочная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	20	Устный опрос, проверка задания,
Тема 2. Стратегии распространения и продвижение контента	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	20	Устный опрос, проверка задания,
Тема 3. Технологии контент-менеджмента	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий Подготовка итоговой работы	20	Устный опрос, проверка задания, защита проекта

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75579.html>
2. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / Шпаковский В. О. , Розенберг Н. В. , Егорова Е. С. - Москва : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. - ISBN 978-5-9729-0202-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902026.html>

б) дополнительная литература:


1. Богданова, М. Школа контента : Создавайте тексты, которые продают / Богданова М. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 256 с. - ISBN 978-5-9614-1535-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961415353.html>
2. Мальшев, С. Л. Управление электронным контентом / С. Л. Мальшев. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 124 с. — ISBN 978-5-4486-0528-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79725.html>
3. Назайкин, Н. А. Эффективный рекламный текст в СМИ : монография / Н. А. Назайкин. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. — 480 с. — ISBN 978-5-211-06202-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13128.html>
4. Кейн, Б. Миллион подписчиков : Как раскрутить ваш аккаунт за 30 дней / Б. Кейн; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 287 с. - ISBN 978-5-9614-3367-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961433678.html>
5. Моуат, Дж. Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство / Дж. Моуат; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 402 с. - ISBN 978-5-9614-1567-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961415674.html>

в) Учебно-методическая литература -

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. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 365 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8162>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А./  / _____ 2021 г

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

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

Согласовано:


Зам. Начальника УИТиТ / Ключкова А.В.  2021г.

Должность сотрудника УИТиТ

Ф.И.О.

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления 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.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

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

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

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– 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



Доцент Гончарова Н.В.