

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

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета

факультета культуры и искусства

от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель И.С. Сафронов /И.С. Сафронов/

зав.кафедрой дизайна (подпись)

искусства интерьера факультета

культуры и искусства

Е.Л.Силантьева (по доверенности

№ 321/08 от 06.02.2023г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

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: очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2023 г.

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

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

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

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Кремнева Н.Ю.	СОРИК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий выпускающей
кафедрой

(А.К.) А.К.

Магомедов /

Подпись

ФИО

«10» 05 2023 г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ 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:

Очно-заочная форма

Дисциплина «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов» Б1.В.04 относится к вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 8 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

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

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	Знать: технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации Уметь: проводить мероприятия по повышению и продвижению медиа- имиджа организации, ее руководителя, оценивать эффективность связей с общественностью в данном процессе Владеть: основными методами конструирования имиджа организации и ее руководителя в сети Интернет
ПК4 Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента	Знать: технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей 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) Владеть: навыками разработке и создания качественного информационного контента, технологиями аудита сайта, анализа информационных потребностей посетителей сайта.

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 _очно-заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		8		
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	16		
Аудиторные занятия:	16	16		
Лекции				
семинарские и практические занятия	16	16		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма			
Ф-Рабочая программа по дисциплине					
лабораторные работы (лабораторный практикум)					
Самостоятельная работа	56	56			
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*

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения ____очно-заочная____

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга	22		4		4	18	Опрос практические задания
Тема 2. Стратегии создания и распространения контента	22		4		4	18	Опрос практические задания,
Тема 3. Эффективность коммуникаций в интернет-ресурсах	28		8		8	20	Опрос практические задания, защита проекта
Итого	72		16		16	56	

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

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.
- 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 создания и распространения контента (форма проведения – практическое занятие)

Вопросы – темы практических занятий:

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

- 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 в различных социальных сетях: ВКонтакте, Одноклассники, 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 подрядчиками
- Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Управление сообществами. Создание и оформление сообществ
- Создание вирусного контента
- Продвижение контента в различных социальных сетях: ВКонтакте, Одноклассники, 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 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. Эффективность коммуникаций в интернет ресурсах (форма проведения –

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

семинар, практическое занятие)

Понятие “органический охват”, специфика органического охвата в различных соцсетях. Понятие “кросс-постинг”, правила и идеи кросс-постинга. Основы SEO-оптимизации. Обратная связь с аудиторией, работа с возражениями, стимулирование активности и вовлеченности аудитории. Метрики оценки эффективности коммуникаций в социальных сетях: метрики охвата, метрики вовлеченности, метрики трафика, метрики числа потенциальных покупателей (лидов). Системы мониторинга упоминаний в социальных сетях (Babkee, Chotam, IQBuzz)

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 кратко изложить основные положения и выводы своей работы.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

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

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 составляющих:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, в том числе

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

материалами Интернета;

- участие в работе семинаров;
- подготовка к зачету и пр.

Очная форма

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

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

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>
2. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/5203722>.

Дополнительная литература

1. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>.
2. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531364>.
3. 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>
4. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531437>.
5. 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>

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). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8219>.

Согласовано:

Гл. библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.

ФИО

подпись

11.05.2023

дата

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

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс

Система «Антиплагиат.ВУЗ»

Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»

ОС Microsoft Windows

Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. – URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2023]. – URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа: для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦГО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

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

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В.

Должность, подпись УИИП

0090



19.05.2023

0010

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

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для 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 Кремнева Н.Ю.