


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



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина:	Продвижение информационных продуктов и услуг
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 – очная, заочная


Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2022 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 10.05.2023 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. Магомедов / Подпись ФИО «10»_05_2022 г.

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

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

**Целью освоения дисциплины** является подготовка обучающихся к научно-исследовательской деятельности посредством формирования компетенций, предусмотренных ФГОС, по овладению студентами комплексом знаний, умений и навыков продвижения информационных продуктов и услуг.

**Задачи дисциплины** является изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и навыков применения теоретических знаний для решения прикладных задач:

- обеспечить освоение студентами систематизированного комплекса знаний об информационных продуктах и услугах;
- научить ориентироваться на информационном рынке;
- познакомить с основными видами информационных продуктов и услуг;
- выработать умения и навыки создания информационных продуктов различных видов;
- обеспечить овладение умениями и навыками предоставления информационных услуг;
- научить осуществлять маркетинг информационных продуктов и услуг.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП, ОПОП:

Очная форма


Дисциплина «Продвижение информационных продуктов и услуг» ФТД01 относится к факультативному циклу дисциплин. Изучается в 7 семестре.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения.**

К началу изучения дисциплины в качестве входных студенты должны иметь знания основ рекламного процесса, принципов управления рекламной деятельностью и взаимодействия субъектов рынка (предшествующие дисциплины «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Планирование рекламной кампании», «Конструирование рекламы», «Планирование PR-кампаний», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью», «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Продвижение СМИ», «Организация рекламных и PR- мероприятий»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть процесса разработки и производства рекламного продукта как специфического вида деятельности в сфере рекламы, производственная практика.

**Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей.**

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин «Основы брендинга», «Цифровой маркетинг», «Медиапланирование», «Стимулирование сбыта», «Технологии производства рекламного продукта», «Креативные технологии в рекламе», «Интернациональная и национальная реклама», производственная практика, ГИА.

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

Заочная форма

Дисциплина «Продвижение информационных продуктов и услуг» ФТД01 относится к факультативному циклу дисциплин. Изучается в 8 семестре.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения.**

К началу изучения дисциплины в качестве входных студенты должны иметь знания основ рекламного процесса, принципов управления рекламной деятельностью и взаимодействия субъектов рынка (предшествующие дисциплины «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Планирование рекламной кампании», «Планирование PR-кампаний», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью», «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Конструирование рекламы», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Продвижение СМИ», «Организация рекламных и PR- мероприятий»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть процесса разработки и производства рекламного продукта как специфического вида деятельности в сфере рекламы, производственная практика..


**Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей.**

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин «Основы брендинга», «Цифровой маркетинг», «Медиапланирование», «Стимулирование сбыта», «Технологии производства рекламного продукта», «Креативные технологии в рекламе», «Интернациональная и национальная реклама», производственная практика, ГИА.

### **3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

*(перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине (модулю)) в соответствии с ФГОС ВО;*

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
2	ПК-2	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	знать сущность информационно о обслуживания, методики выявления информационных потребностей и предоставления информационных услуг, особенности информационных продуктов различных видов;	организовать процесс продвижения информационного продукта и услуги	навыками создания программы и процесса продвижения информационного продукта и услуги

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма			
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО					
2	ПК-3	Способен организовывать продвижение продукции СМИ	Основные подходы, технологии и инструменты проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	Планировать выбирать средства коммуникаций	навыками разработки плана, создания рекламных и ПР-продуктов, организации мероприятий

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ


Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) \_\_\_\_\_ 2 зет \_\_\_\_\_

по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам 8
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	36	36
Аудиторные занятия:		
Лекции	-	-
практические и семинарские занятия	36	36
лабораторные работы (лабораторный практикум)	-	-
Самостоятельная работа	36	36
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2		Контрольная работа
видов)		
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 8
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8
Аудиторные занятия:		
Лекции	-	-
практические и семинарские занятия	8	8
лабораторные работы (лабораторный практикум)	-	-
Самостоятельная работа	60	60


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)		Контрольная работа
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет(4)	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	
<b>Раздел 1. Рынок информационных продуктов и услуг</b>							
1. Информация как товар и услуга	8		4		2	4	Устный ответ
2. Виды информационных продуктов и услуг	8		4		2	4	Устный ответ
3. Субъекты информационного рынка	8		4		2	4	Устный ответ
<b>Раздел 2. Маркетинг информационных продуктов и услуг</b>							
4. Маркетинговые исследования информационного рынка	12		6		2	6	Практическое задание
5. Информационные потребности	8		4		2	4	Практическое задание
6. Разработка товарной номенклатуры	8		4		2	4	Практическое задание
7. Стоимость информационных продуктов и услуг	8		4		2	4	Практическое задание
8. Продвижение информационных продуктов и услуг	12		6		2	6	Практическое задание

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО							
Итого	72	-	36		16	36	

Форма обучения \_\_\_\_\_ 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	
<b>Раздел 1. Рынок информационных продуктов и услуг</b>							
1. Информация как товар и услуга	9		1		1	8	Устный ответ
2. Виды информационных продуктов и услуг	9		1		1	8	Устный ответ
3. Субъекты информационного рынка	9		1		1	8	Устный ответ
<b>Раздел 2. Маркетинг информационных продуктов и услуг</b>							
4. Маркетинговые исследования информационного рынка	9		1		1	8	Практическое задание
5. Информационные потребности	9		1		1	8	Практическое задание
6. Разработка товарной номенклатуры	7		1		1	6	Практическое задание
7. Стоимость информационных продуктов и услуг	7		1		1	6	Практическое задание
8. Продвижение информационных продуктов и услуг	9		1		1	8	Практическое задание
Итого	68	-	8		8	60	


68+4(зачет) = 72

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### Раздел 1. Рынок информационных продуктов и услуг

#### Тема 1. Информация как товар и услуга

Понятие «социальная информация». Ее основные свойства: содержательность, целесообразность, независимость плана содержания от плана выражения, старение, кумулятивность, неаддитивность. Соотношение понятий «информационная продукция», «информационный товар», «информационная услуга». Три уровня товара: обобщенный,

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

реальный, интегрированный товар. Предпродажные и послепродажные услуги. Особенности информационных услуг: неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость. Потребительские риски, механизмы их снижения. Потребительские требования к информации как исходному ресурсу, оборудованию и технологиям, производителю, условиям предоставления услуг.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ №1. Информационная продукция как товар и услуга.

Тема 2. Виды информационных продуктов и услуг.

Проблема классификации информационных продуктов и услуг. Фасетный подход к классификации: его значение и достоинства. Аспекты характеристики информационных продуктов и услуг: характер предоставления сведений, ресурсная база, особенности поиска информации и критерии ее отбора, основания для осуществления обслуживания, периодичность обслуживания, режим обслуживания, место и способ предоставления информации. Виды информационных продуктов и услуг по каждому признаку.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ №2. Проблема классификации информационных продуктов и услуг.

Тема 3. Субъекты информационного рынка.

Пользователь информации как субъект информационного рынка. Основные группы пользователей информации. Представления о «своих» и «сторонних» пользователях. Активность спроса и платежеспособность. Производители информационных продуктов и услуг. Аспекты их характеристики: профиль основной деятельности, форма собственности, сфера/уровень влияния, отраслевая/тематическая специализация, численность сотрудников, период работы на информационном рынке. Организации, предоставляющие информационные продукты и услуги, и основные направления их деятельности.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ №3. Проблема взаимодействия субъектов информационного рынка.

## **Раздел 2. Маркетинг информационных продуктов и услуг.**

Тема 4. Маркетинговые исследования информационного рынка.

Значение изучения информационного рынка. Основные этапы маркетингового исследования.


Цели исследования: описательные, поисковые, экспериментальные. Отбор источников информации, первичные и вторичные данные. Сбор информации. Досье. Анализ собранной информации. Представление результатов исследования.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №1. Изучение информационного рынка.

Тема 5. Информационные потребности.

Классификация информационных потребностей: общественные, коллективные и индивидуальные потребности. Признаки информационных потребностей, значимые для обслуживания: тематика, характер требующейся информации, время возникновения и период действия потребностей, профильность, выгоды, искомые пользователями. Информационно-коммуникационная деятельность пользователя, основные фазы: предкоммуникационная, коммуникационная, посткоммуникационная. Необходимость изучения информационных потребностей. Пути выявления информационных потребностей в библиотеках, являющихся самостоятельными учреждениями. Процесс уточнения индивидуального запроса. Выявление информационных потребностей в службах информации и библиотеках - структурных подразделениях учреждений. Рубрикатор информационных потребностей. Приемы работы с неопределенными запросами.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №2. Составление рубрикатора информационных потребностей.

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

#### Тема 6. Разработка товарной номенклатуры.

Ассортиментные группы информационных продуктов и услуг. Товарная номенклатура и ее свойства: широта, насыщенность, глубина, гармоничность. Специфика разработки номенклатуры информационных услуг. Жизненный цикл товара: этап разработки товара и выведение его на рынок, этап роста, этап зрелости, этап упадка. Совершенствование товаров и услуг.

**ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №3.** Составление товарной номенклатуры информационных продуктов и услуг. Подготовьте перечень информационных продуктов и услуг, предоставляемых одним из информационных учреждений региона.

#### Тема 7. Стоимость информационных продуктов и услуг.

Проблемы оценки стоимости информационной продукции. Ценовая дискриминация. Платность и бесплатность услуг: основные противоречия. Формирование цен на информационную продукцию: определение целей ценовой политики, определение спроса (виды спроса, эластичность), оценка издержек, анализ предложения и цен конкурентов, выбор метода ценообразования, принятие решения об окончательном уровне цены.

**ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №4.** Формирование цен на информационную продукцию.

#### Тема 8. Продвижение информационных продуктов и услуг.

Понятие продвижения информационных продуктов и услуг. Источники маркетинговых сообщений. Сущность прямого маркетинга. Разработка коммуникационной стратегии: комплексная оценка ситуации; определение цели и задач обращения к целевой аудитории; выбор целевой аудитории; формирование микса маркетинговых коммуникаций и средств передачи маркетинговых обращений; разработка идеи маркетинговых обращений и ее фиксация в соответствующих документах; разработка и утверждение бюджета; анализ результатов.

**ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №5.** Разработка программы продвижения информационной продукции.

## 6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Раздел 1. Рынок информационных продуктов и услуг


#### Тема 1. Информационная продукция как товар и услуга (форма проведения – семинар)

##### Вопросы к семинарскому занятию

К семинарскому занятию прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

1. Понятие «социальная информация». Ее основные свойства: содержательность, целесообразность, независимость плана содержания от плана выражения, старение, кумулятивность, неаддитивность.
2. Соотношение понятий «информационная продукция», «информационный товар», «информационная услуга».
3. Три уровня товара: обобщенный, реальный, интегрированный товар. Предпродажные и послепродажные услуги.
4. Особенности информационных услуг: неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость.
5. Потребительские риски, механизмы их снижения.
6. Потребительские требования к информации как исходному ресурсу, оборудованию и технологиям, производителю, условиям предоставления услуг.



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

Тема 2. Проблема классификации информационных продуктов и услуг. (форма проведения – семинар)

Вопросы к семинарскому занятию

К семинарскому занятию прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

1. Проблема классификации информационных продуктов и услуг.
2. Фасетный подход к классификации: его значение и достоинства.
3. Аспекты и характеристики информационных продуктов и услуг: характер предоставления сведений, ресурсная база, особенности поиска информации и критерии ее отбора, основания для осуществления обслуживания, периодичность обслуживания, режим обслуживания, место и способ предоставления информации.
4. Виды информационных продуктов и услуг по каждому признаку.

Тема 3. Проблема взаимодействия субъектов информационного рынка. (форма проведения – семинар)

Вопросы к семинарскому занятию

К семинарскому занятию прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

1. Пользователь информации как субъект информационного рынка.
2. Основные группы пользователей информации. Представления о «своих» и «сторонних» пользователях.
3. Активность спроса и платежеспособность.
4. Производители информационных продуктов и услуг.
5. Аспекты их характеристики: профиль основной деятельности, форма собственности, сфера/уровень влияния, отраслевая/тематическая специализация, численность сотрудников, период работы на информационном рынке.
6. Организации, предоставляющие информационные продукты и услуги, и основные направления их деятельности.

**Раздел 2. Маркетинг информационных продуктов и услуг.**

Тема 4. Маркетинговые исследования информационного рынка. (форма проведения – семинар, практическая работа)

Вопросы к семинарскому занятию

К семинарскому занятию прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

1. Значение изучения информационного рынка.
2. Основные этапы маркетингового исследования.
3. Цели исследования: описательные, поисковые, экспериментальные.
4. Отбор источников информации, первичные и вторичные данные. Методы сбора информации.
5. Анализ собранной информации. Представление результатов исследования.

**ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №1. Изучение информационного рынка.**


На основе информации, размещенной в сети Интернет, подготовьте досье одной из российских организаций информационной сферы.

Тема 5. Информационные потребности. (форма проведения – семинар, практическая работа)

Вопросы к семинарскому занятию

К семинарскому занятию прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

1. Классификация информационных потребностей: Общественные, коллективные и

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

индивидуальные потребности.

2. Признаки информационных потребностей, значимые для обслуживания: тематика, характер требуемой информации, время возникновения и период действия потребностей, профильность, выгоды, искомые пользователями.
3. Информационно-коммуникационная деятельность пользователя, основные фазы: предкоммуникационная, коммуникационная, посткоммуникационная.
4. Необходимость изучения информационных потребностей. Пути выявления информационных потребностей в библиотеках, являющихся самостоятельными учреждениями. Процесс уточнения индивидуального запроса.
5. Выявление информационных потребностей в службах информации и библиотеках - структурных подразделениях учреждений.
6. Рубрикатор информационных потребностей. Приемы работы с неопределенными запросами.

**ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №2.** Составление рубрикатора информационных потребностей. Подготовьте рубрикатор информационных потребностей для преподавателей специальных дисциплин специальности «Связи с общественностью и реклама».

Тема 6. Разработка товарной номенклатуры. (форма проведения – семинар, практическая работа)  
*Вопросы к семинарскому занятию*

К семинарскому занятию прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

1. Ассортиментные группы информационных продуктов и услуг.
2. Товарная номенклатура и ее свойства: широта, насыщенность, глубина, гармоничность.
3. Специфика разработки номенклатуры информационных услуг.
4. Жизненный цикл товара: этап разработки товара и выведение его на рынок, этап роста, этап зрелости, этап упадка.
5. Совершенствование товаров и услуг.

**ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №3.** Составление товарной номенклатуры информационных продуктов и услуг.

Подготовьте товарную номенклатуру, включив типовой перечень информационных продуктов и услуг, предоставляемых информационными учреждениями региона.

Тема 7. Стоимость информационных продуктов и услуг. (форма проведения – семинар, практическая работа)

*Вопросы к семинарскому занятию*


К семинарскому занятию прочитать соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

1. Проблемы оценки стоимости информационной продукции.
2. Ценовая дискриминация. Платность и бесплатность услуг: основные противоречия
3. Формирование цен на информационную продукцию: определение целей ценовой политики, определение спроса (виды спроса, эластичность), оценка издержек, анализ предложения и цен конкурентов, выбор метода ценообразования, принятие решения об окончательном уровне цены.

**ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №4.** Формирование цен на информационную продукцию.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. В подготовленной в процессе выполнения предыдущего задания товарной номенклатуре информационных продуктов и услуг выделите платные и бесплатные и путем

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

анализа прайс-листов (прейскурантов) нескольких библиотек и информационных служб разного уровня, установите диапазон цен на каждую платную услугу и продукт.

2. Установите цены на несколько наиболее распространенных информационных продуктов и услуг, используя метод издержек. Сравните результаты с ценами, выявленными в процессе выполнения задания №1, и сделайте вывод об их рентабельности.

Тема 8. Продвижение информационных продуктов и услуг. (форма проведения – семинар, практическая работа)

Вопросы к семинарскому занятию

К семинарскому занятию прочитайте соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

1. Понятие продвижения информационных продуктов и услуг.
2. Источники маркетинговых сообщений.
3. Сущность прямого маркетинга.
4. Разработка коммуникационной стратегии: комплексная оценка ситуации; определение цели и задач обращения к целевой аудитории; выбор целевой аудитории; формирование микса маркетинговых коммуникаций и средств передачи маркетинговых обращений; разработка идеи маркетинговых обращений и ее фиксация в соответствующих документах; разработка и утверждение бюджета; анализ результатов.

**ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА №5.** Разработка программы продвижение информационной продукции.

Подготовьте рекламную листовку для конкретной информационной услуги или продукта.

**7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)**

Не предусмотрены

**8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

**Темы контрольных работ.**


В процессе изучения дисциплины выполняются 2 промежуточных контрольных задания. Индекс компетенции **ПК2, ПК3.**

№1. Рынок информационных продуктов и услуг

№2. Маркетинг информационных продуктов и услуг


**9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ**

1. Теоретические основы сервисной деятельности.
2. Эволюция представлений о содержании информационного обслуживания.
3. Особенности информации как товара.
4. Потребительские требования к информационным продуктам и услугам.
5. Проблема классификации информационных продуктов и услуг.
6. Фасетная классификация информационных продуктов и услуг.
7. Пользователи как субъект информационного рынка.
8. Производители информационных продуктов и услуг.
9. Маркетинговые исследования информационного рынка.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		
10. Информационные потребности: классификация, признаки, значимые для обслуживания.		
11. Пути выявления информационных потребностей.		
12. Документальное обслуживание.		
13. Библиографические продукты и услуги.		
14. Методика фактографического обслуживания.		
15. Справочники как наиболее распространенная форма «готовой» фактографической продукции.		
16. Бизнес-справки: характеристика, виды.		
17. Сущность пресс-клиппинга.		
18. Фактографические базы данных.		
19. Дайджесты: особенности, структура, методика составления.		
20. Исследовательские услуги и продукты.		
21. Аналитические обзоры и обзорные справки.		
22. Библиографические исследования.		
23. Патентные исследования.		
24. Маркетинговые исследования.		
25. Доклады и тексты выступлений как результат спичрайтерства.		
26. Коммуникативный аудит.		
27. Комплексные информационные мероприятия.		
28. Консультационные услуги.		
29. Качество информационных продуктов и услуг.		
30. Товарная номенклатура информационных продуктов и услуг.		
31. Стоимость информационных продуктов и услуг и пути ее определения.		
32. Продвижение информационных продуктов и услуг.		

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ


Форма обучения	очная		
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</i> )
			<i>решения задач, реферата и др.)</i>
1. Информация как товар и услуга	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии	4	Устный опрос
2. Виды информационных продуктов и услуг	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии	4	Устный опрос
3. Субъекты информационного рынка	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии Подготовка к контрольной работе №1.	4	Устный опрос  Письменный опрос


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО				
4. Маркетинговые исследования информационного рынка	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	6	Устный опрос Проверка практического задания	
5. Информационные потребности	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	4	Устный опрос Проверка практического задания	
6. Разработка товарной номенклатуры	Подготовка к семинарскому заданию Выполнение практических заданий	4	Устный опрос Проверка практического задания	
7. Стоимость информационных продуктов и услуг	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	6	Устный опрос Проверка практического задания	
8. Продвижение информационных продуктов и услуг	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий Подготовка к контрольной работе №2	4	Устный опрос Проверка практического задания Письменный опрос	

Форма обучения \_\_\_\_\_ заочная \_\_\_\_\_

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.)
1. Информация как товар и услуга	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии	8	Устный опрос
2. Виды информационных продуктов и услуг	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к групповой дискуссии	8	Устный опрос
3. Субъекты	Подготовка к семинарскому занятию	8	Устный опрос

информационного рынка	Подготовка к групповой дискуссии Подготовка к контрольной работе №1.		Письменный опрос
4. Маркетинговые исследования информационного рынка	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	8	Устный опрос Проверка практического задания
5. Информационные потребности	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	8	Устный опрос Проверка практического задания

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО				
6. Разработка товарной номенклатуры	Подготовка к семинарскому заданию Выполнение практических заданий	6	Устный опрос Проверка практического задания	
7. Стоимость информационных продуктов и услуг	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	8	Устный опрос Проверка практического задания	
8. Продвижение информационных продуктов и услуг	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий Подготовка к контрольной работе №2	6	Устный опрос Проверка практического задания Письменный опрос	

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

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

### Основная литература

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488737>
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490035>

### Дополнительная литература

1. Смолина, В. А. SMM С НУЛЯ. Секреты продвижения в социальных сетях / Смолина В. А. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902590.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>
3. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Мелькин Н.В., Горяев К.С.. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 с. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68990.html>
4. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489960>.
5. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488829>.
5. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : НГТУ, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152362>

### Учебно-методическая литература


1. Кремнева Н. Ю. Продвижение информационных продуктов и услуг : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. Ю. Кремнева; 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/8164>

Согласовано:

  
Должность сотрудника научной библиотеки

  
ФИО

  
подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновской государственной университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

*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, [2022]. – 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, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.3. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2022]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - 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, [2022].

**3. Базы данных периодических изданий:**

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/adb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2022]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2022]. – 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, [2022]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

**5. SMART Imagebase** : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.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 . – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

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


**7. Образовательные ресурсы УлГУ:**

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

Зам. начальника УИГТ  А.В. Ключкова

26.04.2022



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

## 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

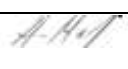

Разработчик




доцент Кремнева Н.Ю.

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

### ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		10.05.23
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		10.05.23

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

## Приложение 1

### 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

#### Основная литература

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510610>.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019>.

#### Дополнительная литература

1. Смолина, В. А. SMM С НУЛЯ. Секреты продвижения в социальных сетях / Смолина В. А. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902590.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>
3. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов / Мелькин Н.В., Горяев К.С.. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 268 с. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68990.html>
4. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : НГТУ, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152362>

#### Учебно-методическая литература

1. Кремнева Н. Ю. Продвижение информационных продуктов и услуг : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. Ю. Кремнева; 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/8164>

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 на основании ФГОС ВО		

## Приложение 2

### 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 «Букап». – 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

Должность сотрудника УИИТ


Щуренко Ю.В.

0990



19.05.2023

2023

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