

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.

подпись

« 17 »

апрель

2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.07 ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПР-
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.04.02 журналистика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Магистерская программа «Паблик рилейшнз»
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Б1.В.07 Инновационные технологии в ПР-деятельности составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, магистерская программа «Паблик Рилейшнз»

Программу составил(и):

И.О. Никулин, доц., канд. филол. наук, доц.

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.07 Инновационные технологии в ПР-деятельности утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

протокол № 10 «09» апреля 2018 г.

И.о. заведующего кафедрой

рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

протокол № 10 «09» апреля 2018 г.

И.о. заведующего кафедрой

рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

П.Т. Сопкин, кандидат филологических наук, доц., проф. кафедры публицистики и журналистского мастерства ФГБОУ ВО «КубГУ»

В.В. Кирилишина, руководитель по связям с общественностью Автохолдинг КЛЮЧАВТО

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины– изучить инновационные методы и технологии выстраивания коммерческих коммуникаций и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

1.2 Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические аспекты инновационной деятельности;
- описать современные тенденции в развитии ПР индустрии
- рассмотреть инновационные технологии в ПР-практиках.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Инновационные технологии в ПР-деятельности» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Знания, умения и навыки, сформированные при овладении дисциплиной необходимы для успешного изучения таких курсов, как «ПР менеджмент», «Социология ПР-деятельности», «Креатив в ПР», «Разработка и технологии производства ПР-продукта», «Психология ПР-деятельности».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины «Инновационные технологии в ПР-деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональных компетенций (ПК):

- готов аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиа проектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями(**ПК-6**);
- способен осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования(**ПК-7**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных компетенций (ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	<i>ПК6</i>	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах	<i>знать</i> - основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру;	<i>уметь</i> - вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать	<i>владеть</i> - навыками практического осуществления всех стадий коммуникативного процесса,

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиа проектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	- функции и важнейшие характеристик и коммуникативного процесса; — виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде. - историю отечественного и зарубежного рынка BTL - коммуникаций; современное состояние рекламной индустрии в России и за рубежом, модели развития и функционирования отечественных рынков рекламы;	- их по всем возможным критериям типологизации; - собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью. - использовать приемы и средства создания рекламного продукта с использованием инноваций;	- передачи и принятия информации в процессе осуществления различных коммуникаций, поддержания её процесса; - формировани е навыков общения в горизонтальн ых и вертикальных структурах;
2.	ПК7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	- современные рекламные стратегии, формы реализации креатива в нестандартном рекламном продукте; - технологию и средства разработки рекламного	- использовать навыки для исследования психологическог о восприятия конкретной рекламы целевой аудиторией и определения ее возможной эффективности; - применять знания по	- культуры научного мышления. - навыками применения различных методов и приемов BTL; - навыками применения инновационн ых

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			продукта с использованием нестандартных медиа и инновационных технологий;	дисциплине «BTL-коммуникации в местах продаж» в практической деятельности специалиста по рекламе;	рекламных технологий на практике.

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. (144 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			1	2		
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		16	8	8	-	-
Занятия лекционного типа		-	-	-	-	-
Лабораторные занятия		-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		16	8	8	-	-
		-	-	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,5	0,2	0,3	-	-
Самостоятельная работа, в том числе:		-	-	-	-	-
<i>Курсовая работа</i>		36	-	36	-	-
<i>Проработка учебного (теоретического материала)</i>		15	7	8	-	-
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>		8	4	4	-	-
<i>Реферат</i>		8	4	4	-	-
Подготовка к текущему контролю		34	17	17	-	-
Контроль:		-	-	-	-	-
Подготовка к экзамену		49,9	-	49,7	-	-
Общая трудоемкость	час.	144	72	-	-	-
	в том числе контактная работа	30,5	8,2	-	-	-

	зач. ед	4	2	-	-	-
--	---------	---	---	---	---	---

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические аспекты инновационной деятельности	15	-	2	-	13
2.	Современные ПР-тенденции	15	-	2	-	13
3.	Современные принципы ПР	14	-	2	-	12
4.	Инновации в ПР	13	-	1	-	12
5.	Связи с общественностью корпорации в 21в. <i>Итоговое занятие</i>	14,8	-	1	-	10
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	8	-	60

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические аспекты инновационной деятельности (продолжение)	12	-	2	-	10
2.	Современные ПР-тенденции (продолжение)	12	-	2	-	10
3.	Современные принципы ПР (продолжение)	12	-	2	-	10
4.	Инновации в ПР (продолжение)	11	-	1	-	10
5.	Связи с общественностью корпорации в 21в. (продолжение)	10,7	-	1	-	1
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	8	-	41

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

Занятия лекционного типа не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела(темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Теоретические аспекты инновационной деятельности	Инновация: историческая ретроспектива Инновация - это новый, нестандартный, оригинальный подход или способ решения существующей проблемы. Причины появления инноваций, признаки инноваций. Инновационный процесс и его участники. Инновации в истории развития PR коммуникаций	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2.	Современные PR-тенденции	Мобильные технологии меняют картину мира. Тенденции в современной PR-деятельности	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3.	Современные принципы PR	Современные принципы брендинга (айдентика) Инсайт в России и мире. Креативная медиастратегия	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4.	Инновации в PR	Создание презентации «Инновационные технологии в PR-деятельности: технологические и игровые моменты»	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5.	Связи с общественностью корпорации в 21в.	Связи с общественностью: специфика в РФ: особенности, проблемные зоны, перспективы развития. Корпорация 21в: учет реалий новых коммуникационных технологий, пириновой модели производства и коллаборации с просьюмерами. Корпоративная интернет-коммуникация в системе связей с общественностью: Сайт в системе корпоративной интернет-коммуникации; Интранет в коммуникационных проектах корпорации; Базовая структура интернет-сайта корпорации; Тенденции развития интранета и цели корпоративных связей с общественностью. PR2.0: Бренды и корпорации как создатели цифрового массового медийного контента	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия - не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Примерная тематика курсовых работ

1. Тенденции развития современной ПР-деятельности.
2. Новейшие ПР-технологии как фактор трансформации ПР-деятельности.
3. Новейшие информационные технологии как фактор развития ПР-деятельности.
4. Интернет и демократизация информационных потоков в современном обществе.
5. Государство и ПР-технологии: стратегии взаимодействия.
6. ПР-деятельность и традиционные СМИ: особенности взаимодействия.
7. Инновационная роль Интернет в ПР-деятельности.
8. Инновационные технологии в ПР-деятельности как инструмент воздействия на общественное мнение.
9. ПР в шоу-бизнесе: инновационный аспект.
10. Инновационные подходы в деятельности служб по связям с общественностью в органах государственного управления и бизнес-сфере: сравнительный анализ.
11. Новейшие ПР-технологии их интеграция в деятельность современного предприятия.
12. Инновационные методы ПР-деятельности при разработке и реализации политической кампании.
13. Внешнеполитический PR: инновационный аспект.
14. Использование инновационных PR-технологий в формировании имиджа государства на международной арене.
15. Использование инновационных PR-технологий в формировании имиджа института государственной власти (армии, милиции, спецслужб, МЧС, налоговой службы и т.п.) в системе государственного PR.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Самостоятельная проработка теоретического материала	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие / Ю.В. Кондакова; Министерство образования и науки Российской Федерации, «Уральский государственный архитектурно-художественный университет» (УрГАХУ). - Екатеринбург: Архитектон, 2016. - 95 с. - ISBN 978-5-7408-0186-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45545 Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / под ред. Горохова В. М., Гринберг Т. Э. - Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - https://e.lanbook.com/book/97268#book_name. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267.

		Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шарков Ф. И. - М.: Дашков и К°, 2017. - 270 с. - https://e.lanbook.com/book/93478#authors. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. – Электрон. Дан. – Москва: Дашков и К, 2015. – 488 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие / Ю.В. Кондакова; Министерство образования и науки Российской Федерации, «Уральский государственный архитектурно-художественный университет» (УрГАХУ). - Екатеринбург: Архитектон, 2016. - 95 с. - ISBN 978-5-7408-0186-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45545 Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / под ред. Горохова В. М., Гринберг Т. Э. - Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - https://e.lanbook.com/book/97268#book_name. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шарков Ф. И. - М.: Дашков и К°, 2017. - 270 с. - https://e.lanbook.com/book/93478#authors. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. – Электрон. Дан. – Москва: Дашков и К, 2015. – 488 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
3.	Реферат	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие / Ю.В. Кондакова; Министерство образования и науки Российской Федерации, «Уральский государственный архитектурно-художественный университет» (УрГАХУ). - Екатеринбург: Архитектон, 2016. - 95 с. - ISBN 978-5-7408-0186-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45545 Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / под ред. Горохова В. М., Гринберг Т. Э. - Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - https://e.lanbook.com/book/97268#book_name.

	Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шарков Ф. И. - М.: Дашков и К°, 2017. - 270 с. - https://e.lanbook.com/book/93478#authors. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. – Электрон. Дан. – Москва: Дашков и К, 2015. – 488 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
--	---

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

Для лиц с нарушениями зрения:

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

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

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

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, практические занятия, самостоятельные работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используется такая интерактивная форма проведения занятий как подготовка рефератов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

4.1.1 Примерная тематика семинарских занятий:

Тема: Теоретические аспекты инновационной деятельности.

Вопросы для подготовки:

1. Инновация: историческая ретроспектива.
2. Инновация - это новый, нестандартный, оригинальный подход или способ решения существующей проблемы.
3. Причины появления инноваций, признаки инноваций.
4. Инновационный процесс и его участники.
5. Инновации в истории развития ПР коммуникаций.

4.1.2 Примерные темы рефератов:

1. Связи с общественностью как отдельная отрасль коммуникации, отличия PR кампаний от рекламных акций.
2. Отличия инновационной PR деятельности от PR деятельности. Инновационные приемы и методы журналистики, используемые в работе специалиста по связям с общественностью.
3. Сравнение стандартов образования, а также профессиональных требований к современным российским и американским PR специалистам.
4. Анализ инновационных ресурсов, освещающих деятельность по связям с общественностью.
5. Цель и методы осуществления деятельности PR специалиста.
6. Проблемы морали и этики в деятельности специалиста по связям с общественностью.
7. Особенности инновационной PR деятельности в органах государственной власти.
8. Институт лоббирования, роль и место лоббирования при осуществлении деятельности по связям с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.
9. Характерные черты и особенности инновационной PR деятельности в коммерческих структурах.
10. Структура, функции, направления деятельности инновационного PR агентства.
11. Сравнительный анализ международных кодексов и стандартов в области деловых коммуникаций и СМИ с российской декларацией профессиональных стандартов РАСО с точки зрения целей и функций специалиста по связям с общественностью
12. Нормативная база, регулирующая деятельность специалиста по связям с общественностью в России.
13. Инновационные функции PR специалиста с точки зрения целей и задач связей с общественностью.
14. Инновационное формирование общественного мнения и манипуляции общественным сознанием.
15. Инновационное информирование общественности - как инновационная функция специалиста по связям с общественностью.
16. Интернет как инновационный инструмент в деятельности PR специалиста.
17. Интернет как средство инновационного формирования общественного мнения.
18. Инновационная PR-деятельность как инструмент управления в кризисных ситуациях.
19. Способы (методы) определения целевых аудиторий.
20. Принципы разработки инновационных PR-проектов, особенности информационных кампаний в СМИ.
21. Медиапланирование: сущность, понятие, необходимость использования в

- информационных кампаниях.
22. Принципы эффективной разработки медиаплана (на примере новосибирских СМИ.)
 23. Основные характеристики СМИ, классификация российских СМИ, специфика работы PR специалиста со СМИ.
 24. Инновационные PR-технологии коммуникации как фактор трансформации традиционных ценностей.
 25. Новейшие информационные PR-технологии как фактор развития общества.
 26. мнение.
 27. Инновационные PR-технологии и их интеграция в деятельность.
 28. современного предприятия.
 29. Инновационные основы PR.
 30. Развитие PR-инноваций.
 31. Организация инновационных PR-технологий.
 32. Оценка эффективности использования инновационных PR-технологий.
 33. Содержание инновационных PR-технологий.
 34. Концепция инновационных PR-технологий.
 35. Организационный механизм инновационных PR-технологий.
 36. Психологические аспекты инновационных PR-технологий.
 37. Содержание инновационных PR-технологий.
 38. Основные средства инновационных PR-технологий.
 39. Классификация инновационных PR-технологий.
 40. Формирование и продвижение инновационных PR-технологий.
 41. Принципы и технология инновационных PR-технологий.
 42. Инновационные PR-стратегии в антикризисном управлении.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (зачет)

1. Основные понятия инновационной деятельности.
2. Виды инноваций.
3. Функции инноваций.
4. Признаки инноваций.
5. Причины появления инноваций, источники.
6. Структура инновационного процесса.
7. Основные факторы, влияющие на развитие инновационного процесса.
8. Современный рекламный рынок как составная часть глобальной экономики.
9. Процессы интеграции, консолидации, диверсификации, концентрации.
10. Образование сетей.
11. Прогноз развития глобального рекламного рынка.
12. Модель актуальности бренда.
13. Создание новых категорий или подкатегорий.
14. Новые проблемы брендов.
15. Актуальность бренда.
16. Категоризация, фрейминг.
17. Нейромаркетинг.
18. Технология InDoor TV.
19. Технология X3D video.
20. Технология интерактивного взаимодействия Just Touch . Технология Ground FX .
21. Технология Free Format Projection.
22. Проекционная реклама.
23. Видеореклама в журнале.
24. Не убираемая реклама от APPLE.

25. RTB-технологии.
26. Продвижение во «ВКонтакте».
27. Продвижение в Facebook.
28. Продвижение в Twitter.
29. Современная корпорация: экономическая деятельность и коммуникация.
30. Российская корпорация в коммуникационном пространстве.
31. Корпоративная коммуникация в структуре связей с общественностью.
32. Корпоративные связи с общественностью в России.
33. Тенденции развития корпоративных связей с общественностью.
34. Появление инновационного типа производства: переход от субъект-объектной парадигмы к гетерархической.
35. Появление инновационного типа производства: переход от субъект-объектной парадигмы к пиринговой.
36. Появление инновационного типа производства: переход от субъект-объектной парадигмы к коллаборативной.
37. Появление инновационного типа производства: переход от субъект-объектной парадигмы к субъект-субъектной.
38. Стратегическая деятельность связей с общественностью в современных условиях.
39. Направления развития связей с общественностью в России
40. Основные понятия инновационной деятельности.

Контрольные вопросы для итоговой формы контроля (экзамен)

1. Основные понятия инновационной деятельности.
2. Виды инноваций.
3. Функции инноваций.
4. Признаки инноваций.
5. Причины появления инноваций, источники.
6. Структура инновационного процесса.
7. Основные факторы, влияющие на развитие инновационного процесса.
8. Современный рекламный рынок как составная часть глобальной экономики.
9. Процессы интеграции, консолидации, диверсификации, концентрации.
10. Образование сетей.
11. Прогноз развития глобального рекламного рынка.
12. Модель актуальности бренда.
13. Создание новых категорий или подкатегорий.
14. Новые проблемы брендов.
15. Актуальность бренда.
16. Категоризация, фрейминг.
17. Нейромаркетинг.
18. Технология InDoor TV.
19. Технология X3D video.
20. Технология интерактивного взаимодействия Just Touch . Технология Ground FX .
21. Технология Free Format Projection.
22. Проекционная реклама.
23. Видеореклама в журнале.
24. Не убираемая реклама от APPLE.
25. RTB-технологии.
26. Продвижение во «ВКонтакте».
27. Продвижение в Facebook.
28. Продвижение в Twitter.

29. Современная корпорация: экономическая деятельность и коммуникация.
30. Российская корпорация в коммуникационном пространстве.
31. Корпоративная коммуникация в структуре связей с общественностью.
32. Корпоративные связи с общественностью в России.
33. Тенденции развития корпоративных связей с общественностью.
34. Появление инновационного типа производства: переход от субъект-объектной парадигмы к гетерархической.
35. Появление инновационного типа производства: переход от субъект-объектной парадигмы к пиринговой.
36. Появление инновационного типа производства: переход от субъект-объектной парадигмы к коллаборативной.
37. Появление инновационного типа производства: переход от субъект-объектной парадигмы к субъект-субъектной.
38. Стратегическая деятельность связей с общественностью в современных условиях.
39. Направления развития связей с общественностью в России
40. Основные понятия инновационной деятельности.
41. Виды инноваций.
42. Функции инноваций.
43. Признаки инноваций.
44. Причины появления инноваций, источники.
45. Структура инновационного процесса.
46. Основные факторы, влияющие на развитие инновационного процесса.
47. Современный рекламный рынок как составная часть глобальной экономики.
48. Процессы интеграции, консолидации, диверсификации, концентрации.
49. Образование сетей.
50. Прогноз развития глобального рекламного рынка.
51. Модель актуальности бренда.
52. Создание новых категорий или подкатегорий.
53. Новые проблемы брендов.
54. Актуальность бренда.
55. Категоризация, фрейминг.
56. Нейромаркетинг.
57. Мониторинг социальных сетей и блогов.
58. Оценка эффективности.
59. Реализация SMM-кампании.
60. Современная корпорация: экономическая деятельность и коммуникация.
61. Российская корпорация в коммуникационном пространстве.
62. Корпоративная коммуникация в структуре связей с общественностью.
63. Корпоративные связи с общественностью в России.
64. Тенденции развития корпоративных связей с общественностью.
65. Стратегическая деятельность связей с общественностью в современных условиях.
66. Направления развития связей с общественностью в России.
67. Сущность категории «Инновационная активность».
68. Показатели инновационной активности.
69. Взаимосвязь понятий «потенциальная сила» и «уровень активности».
70. Измерение инновационной активности.
71. Конкурентное преимущество фирмы.
72. Инновационная активность и конкурентоспособность.
73. «Инновационный климат», «инновационный потенциал».
74. Показатели инновационной активности организации.
75. Инновационные цели и стратегии.
76. «Дерево целей».

77. Оценка инновационного потенциала организации.
78. Условия качественного проведения диагностического анализа.
79. Экспертный метод оценки инновационного климата.
80. Матрица SWOT-анализа.
81. Стратегическое управление организацией.
82. «Инновационная стратегия».
83. Реализация инновационных стратегий. Стратегии интенсивного роста.
84. Стратегии диверсификации.
85. Определение типа стратегического инновационного поведения организации.
86. Стратегии, используемые российскими фирмами рекламного сектора медиаиндустрии.



Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
факультет журналистики
кафедра рекламы и связей с общественностью
2017/2018 учебный год

Направление подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
индекс, наименование

Дисциплина «**Инновационные технологии в ПР-деятельности**»
(5курс, ЗФО)

Экзаменационный билет № 1

- Вопрос 1. Основные понятия инновационной деятельности.
Вопрос 2. Виды инноваций.

Преподаватель: *Никулин И.О., к.ф.н., доцент*

подпись

Утверждено на заседании кафедры «_15_» _____ июня _____ 2017г, протокол № __11__

И. о. зав. кафедрой рекламы и связей
с общественностью _____

Г.Н. Немец

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения практических, реферативных работ.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает

установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценки:

- **оценка «зачтено»:** студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами.

- **оценка «не зачтено»:** материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

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

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на экзамене

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по дисциплине является экзамен. Студенты обязаны сдать экзамен в соответствии с расписанием и учебным планом

ФОС промежуточной аттестации состоит из вопросов и задач к экзамену по дисциплине.

Экзамен по дисциплине преследует цель оценить работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Форма проведения экзамена: устно (письменно).

Экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи экзамена заносится преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Критерии оценки:

оценка «отлично»: глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, логически последовательные, полные, грамматически правильные и конкретные ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы членов комиссии; использование в необходимой мере в ответах языкового материала, представленного в рекомендуемых учебных пособиях и дополнительной литературе.;

оценка «хорошо»: твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном реагировании на замечания по отдельным вопросам;

оценка «удовлетворительно»: знание и понимание основных вопросов программы, наличие ошибок при недостаточной способности их корректировки, наличие определенного количества (не более 50%) ошибок в освещении отдельных вопросов билета;

оценка «неудовлетворительно»: непонимание сущности излагаемых вопросов, грубые ошибки в ответе, неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы экзаменаторов.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;
- при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

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

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие / Ю.В. Кондакова; Министерство образования и науки Российской Федерации, «Уральский государственный

архитектурно-художественный университет» (УрГАХУ). - Екатеринбург: Архитектон, 2016. - 95 с. - ISBN 978-5-7408-0186-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45545>

2. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / под ред. Горохова В. М., Гринберг Т. Э. - Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - https://e.lanbook.com/book/97268#book_name.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. – Электрон. Дан. – Москва: Дашков и К, 2015. – 488 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56210>

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - <https://e.lanbook.com/book/97267>.

3. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К°, 2017. - 270 с. - <https://e.lanbook.com/book/93478#authors>.

5.3. Периодические издания:

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>
3. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
4. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
5. База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН <http://www2.viniti.ru/>
6. Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных www.rusnano.com

Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru/>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

Студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру

труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата.

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласована с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме

материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность – смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения – в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов – компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал – 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

- знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;
- характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);
- степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);
- качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного

исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

Изучение дисциплины «Инновационные технологии в ПР-деятельности» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - чтение и конспектирование рекомендованной литературы; - проведение практических занятий.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

8.3. Перечень информационных справочных систем

1. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

2. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор №

1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

5. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 309, 402, 410)
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
3.	Курсовое проектирование (выполнение курсовых работ)	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 301, 307, 310, 401, 410, 412)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
5.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)