

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

/Шубаева В.Г./

« 28 » августа 20 20 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ ПО РЕКЛАМЕ И
СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью в бизнесе
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составители:

_____/ к.филол.н. Чибисова Е.А.
_____/ ведущий специалист отдела по связям с
общественностью и СМИ ООО «Газпром Трансгаз СПб»
Аудман Е.В.

Санкт-Петербург
2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	5
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	6
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	8
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	9
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины	9
7.2. Организация самостоятельной работы.....	9
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	10
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	11
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	11
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса	12
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	13
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	14

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и связей с общественностью в организации и практических навыков в решении задач оперативного управления отделом, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Ф «Организация работы отделов по рекламе и связям с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.4. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач	Знать: основные профессиональные задачи специалистов по рекламе и связям с общественностью, основные трудовые функции. Уметь: определять круг профессиональных задач в рамках конкретной должности. Владеть: навыками прогнозирования результатов профессиональной деятельности в рамках конкретной должности.

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-1 Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	ПК-1.1.Знает основное содержание коммуникационной инфраструктуры организации, а также содержание ее внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать: содержание типовой коммуникационной структуры организации, структуру внешних и внутренних коммуникаций государственных, некоммерческих, коммерческих организаций.</p> <p>Уметь: анализировать и описывать организационную структуру организации, ее коммуникативную инфраструктуру, анализировать должностные обязанности специалистов по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>Владеть: навыками проектирования оптимальной для организации коммуникационной инфраструктуры, включая как традиционные, так и инновационные каналы коммуникации.</p>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.2. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью и профессиональные требования к его сотрудникам, специфику управления отделом рекламы и связей с общественностью как внутреннего подразделения организации; - методологию исследований в работе отдела рекламы и связей с общественностью; - традиционные и инновационные рекламные и PR-технологии, необходимые для выстраивания коммуникаций с целевыми аудиториями организации: руководством, сотрудниками, клиентами, СМИ и СМК, партнерами, профессиональным сообществом, властью, инвесторами, широкой общественностью, внешними агентствами и консультантами; - ключевые показатели эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью, методы оценки отдела рекламы и связей с общественностью в целом и отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять под руководством стратегическое, тактическое и оперативное планирование работы отдела; - производить расчет бюджета рекламной и PR-деятельности организации и/или отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела; - определять критерии эффективности рекламной и PR-деятельности организации и/или отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками согласования направлений и содержания работы отдела рекламы и связей с общественностью с руководством и другими подразделениями организации; - навыками оценки эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью и/или отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела; - навыками взаимодействия с целевыми аудиториями в кризисных ситуациях.

4 ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.
 Форма промежуточной аттестации: зачет – 7 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	2	4		2
2. Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в государственных, некоммерческих и коммерческих организациях	2	6		4
3. Регулятивная документация отдела рекламы и связей с общественностью.	2	4		4
4. Взаимодействие отдела рекламы и связей с общественностью с другими подразделениями организации	2	4		2
5. Планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью	2	4		6
6. Бюджетирование работы отдела рекламы и связей с общественностью	2	4		4
7. Задачи отдела рекламы и связей с общественностью по взаимодействию со средствами массовой информации	2	4		4
8. Задачи отдела по работе органами государственной власти и общественными организациями, партнерами и инвесторами.	2	4		2
9. Производство презентационных материалов и рекламной-имиджевой продукции	2	4		4
10. Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом	2	4		4
11. Оценка эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью	2	4		4
Всего по дисциплине:	22	46		40

5 СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации

Организационная структура предприятия. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации. Роль и функции отдела в системе менеджмента качества организации.

Тема 2. Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в государственных, некоммерческих и коммерческих организациях.

Структура и основные направления деятельности PR-отделов в органах государственной власти. Пресс-службы и пресс-центры в органах государственной власти: структура и основные функции.

Задачи, функции, структура отдела рекламы и связей с общественностью в

некоммерческих организациях.

Структура и численность отдела рекламы и связей с общественностью в крупных, средних, малых предприятиях. Специализации сотрудников отдела рекламы и связей с общественностью. Задачи, функции, структура отдела рекламы и связей с общественностью в крупных коммерческих корпорациях.

Тема 3. Регулятивная документация отдела рекламы и связей с общественностью.

Должностное и штатное расписание отдела рекламы и связей с общественностью. Положение о работе отдела рекламы и связей с общественностью: принципы создания и порядок утверждения, структура положения. Должностные инструкции и регламенты деятельности специалистов отдела. Критерии оценки статуса и профессиограмма соискателя должности. Положение об аккредитации журналистов.

Тема 4. Взаимодействие отдела рекламы и связей с общественностью с другими подразделениями организации

Взаимодействие отдела рекламы и связей с общественностью с другими подразделениями организации (отделом маркетинга, рекламным отделом, управлением по сбыту, управлением по работе с персоналом и др.). Специфика взаимодействия.

Тема 5. Планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью

Основные виды планирования работы отдела рекламы и связей с общественностью. Анализ ситуации. Постановка целей, разработка стратегии и тактики рекламной и PR-деятельности. Стратегическое и тактическое планирование в PR. Медиапланирование в работе отдела.

Тема 6. Бюджетирование работы отдела рекламы и связей с общественностью

Принципы разработки бюджета. Виды расходов. Пути оптимизации расходов организации на рекламную и PR-деятельность. Целесообразность аутсорсинга PR – функций. Типичные модели взаимодействия с заказчиком услуг.

Тема 7. Задачи отдела рекламы и связей с общественностью по взаимодействию со средствами массовой информации

Медиаарилейшнз в работе отдела рекламы и связей с общественностью. Организация работы пресс-центра. Организация мероприятий для СМИ. Принципы взаимодействия со СМИ в кризисные периоды.

Тема 8. Задачи отдела по работе органами государственной власти и общественными организациями, партнерами и инвесторами.

Формы взаимодействия отдела рекламы и связей с общественностью по работе с органами государственной власти и общественными организациями. Фандрайзинг, спонсорство, благотворительность.

Тема 9. Производство презентационных материалов и рекламно-имиджевой продукции

Творческий сегмент в работе отдела рекламы и связей с общественностью, производственный сегмент и его задачи.

Создание видеороликов, презентационных фильмов и другой рекламно-имиджевой продукции. Современные тренды.

Тема 10. Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом

Внутрикорпоративные коммуникации. Особенности корпоративных мероприятий. Система обратной связи с персоналом.

Тема 11. Оценка эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью.

Ключевые показатели эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью. Методы оценки отдела рекламы и связей с общественностью в целом и отдельного коммуникационного проекта в рамках работы отдела.

6 ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия

№ темы	Тема занятия	Вид занятия/Наименование оценочного средства
1	2	3
1.	Организационная структура предприятия. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью. Роль и функции отдела в системе менеджмента качества организации.	ПЗ: доклад-презентация, круглый стол, практическое задание, тест, проект.
2.	Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью в органах государственной власти. Пресс-службы и пресс-центры в органах государственной власти: структура и основные функции. Структура и численность PR-отдела в крупных, средних, малых предприятиях. Специализации сотрудников PR-отдела.	ПЗ: доклад-презентация, круглый стол, практическое задание, проект.
3.	Роль и виды организационно-распорядительной документации в работе организации (Положение о работе PR-отдела: принципы создания и порядок утверждения, структура положения. Должностные инструкции и регламенты деятельности специалистов отдела. Положение об аккредитации журналистов. Юридическая и статистическая документация).	ПЗ: доклад-презентация, круглый стол, практическое задание, проект.
4.	Взаимодействие PR-подразделений с другими подразделениями организации (отделом маркетинга, рекламным отделом, управлением по сбыту, управлением по работе с персоналом и др.)	ПЗ: доклад-презентация, круглый стол, практическое задание, тест.
5.	Стратегическое и тактическое планирование в работе отдела рекламы и связей с общественностью. Медиапланирование в работе отдела. Особенности составления контент-плана.	ПЗ: доклад-презентация, круглый стол, практическое задание, тест.
6.	Бюджетирование работы отдела рекламы и связей с общественностью. Аутсорсинг PR – функций.	ПЗ: доклад-презентация, круглый стол, практическое задание, тест.
7.	Особенности формирования команды проекта. Целесообразность аутсорсинга PR – функций. Типичные модели взаимодействия с заказчиком услуг.	ПЗ: доклад-презентация, круглый стол, практическое задание, тест.
8.	Задачи отдела рекламы и связей с общественностью по взаимодействию со средствами массовой информации. Принципы взаимодействия со СМИ в кризисные периоды.	ПЗ: доклад-презентация, круглый стол, практическое задание, тест.
9.	Творческий сегмент в работе отдела рекламы и связей с общественностью: производственный сегмент и его задачи. Создание видеороликов и презентационных фильмов.	ПЗ: доклад-презентация, круглый стол, практическое задание, тест.
10.	Внутрикорпоративные коммуникации в работе отдела рекламы и	ПЗ: доклад-

	связей с общественностью: разработка и реализация корпоративных мероприятий. Система обратной связи с персоналом.	презентация, круглый стол, практическое задание, тест.
11.	Оценка эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью.	ПЗ: доклад-презентация, круглый стол, практическое задание, тест.

7 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению

дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
1-12	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине. Самооценка полученных знаний и навыков по контрольным вопросам (вопросам к зачету).
1-12	Выполнение заданий для усвоения отдельной темы и/или раздела дисциплины и подготовка к их обсуждению в рамках ПЗ.
3,12	Подготовка к выполнению заданий, входящих в контрольные мероприятия БРС: <i>защита проекта, тестирование</i>

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- лекция-дискуссия (темы №1-11);
- гостевая лекция (темы № 2,4)
- проблемный семинар (темы №1-11);
- анализ конкретных ситуаций (темы № 2-11);
- групповой тренинг (темы №1-11);
- мозговой штурм (темы № 5,6,9).

Лекции-дискуссии. В ходе такой лекции преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Происходит взаимодействие преподавателя и учащихся, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу. Данный вид занятия позволяет активизировать познавательную деятельность аудитории, позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых слушателей. Обучающимся предлагается проанализировать и обсудить конкретные ситуации, материал. По ходу лекции - дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает коротко обсудить, затем дать краткий анализ.

Презентации - документ или комплект документов, предназначенный для представления проекта, продукта и т.п.. Цель презентации — донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме. Презентация может представлять собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда (но не обязательно всё вместе), которые организованы в единую среду. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации.

Доклад-сообщение - выступление, содержащее научную информацию. Оптимальное время доклада — 5-10 минут. Докладчик кратко излагает историю вопроса и информирует слушателей о том, какой материал был использован при подготовке доклада. Основная часть доклада содержит рассуждения автора, касающиеся избранной проблемы, изложение собственной точки зрения, которую докладчик обосновывает, используя различные способы доказательств: приводит аналогичные примеры, цитирует

высказывания видных ученых, общественных деятелей, ставит вопросы, использует примеры из жизненного опыта слушателей. В заключительной части обобщается сказанное, формулируются выводы и предложения.

Анализ конкретных ситуаций. Анализ предложенной ситуации, как совокупности фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка.

Групповой тренинг. Метод предполагает имитацию особой учебно-экспериментальной обстановки, позволяющей студентам освоить нестандартные подходы к решению проблем, используя новые техники и тактики, излагаемые преподавателем и демонстрируемые в ходе занятия.

Мозговой штурм. Метод коллективного генерирования идей и конструктивной их проработки для решения проблемы, предполагающий разделение во времени трех этапов:

- спонтанная генерация идей;
- конструктивная критика и проработка предложенных идей с целью отбора
- наилучших;
- проектирование решений на основе отобранных идей.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 381 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - Москва : Дашков и К, 2019. - 512 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 294 с.	дополнительная	-	ЭБС Юрайт
Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 294 с.	дополнительная	-	ЭБС Юрайт

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
---	------------------

1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Таблица 9.2.1 – Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (ПО)

№	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
3	7-Zip (freeware)

Таблица 9.2.2 – Перечень учебных аудиторий для проведения учебных занятий, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения

Наименование учебных аудиторий, перечень оборудования и технических средств обучения	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 207 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 78 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол 1 шт., доска меловая (3-х секционная) 1 шт., кафедра 1 шт., вешалка стойка 3 шт., жалюзи 6 шт. Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME401X - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 в комплекте - 1 шт., Экран Projecta Compact Electrol 153x200 см Matte White S - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»
Ауд. 208 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4,

консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 40 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол, кафедра 1шт., доска меловая 1шт. (3-х секционная), вешалки стойки 3шт., жалюзи 6шт. Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт., Экран Projecta Compact Electrol 153x200 см Matte White S - 1 шт., Кроншт.потол.ElectricLight КБ-01-35 черный - 1 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 - 1 шт., Персональный компьютер Universal №1 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	литер «В»
Ауд. 206 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 72 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол 1шт., доска меловая (3-х секционная) 1 шт., вешалка стойка 1шт., жалюзи 6шт. Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19") - 1 шт., Микшер-усилитель AA-120 Roxton - 1 шт., Мультимедиа проектор Mitsubishi WD620U 2717 - 1 шт., Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»
Ауд. 202 Лаборатория цифровых коммуникаций. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 43 посадочных мест , 1 рабочее место преподавателя (1 стол, 1 стул), Моноблок Lenovo V540 i5-8265U/8Гб/SSD 256Гб/23,8 дюймаL - 20 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»
Ауд. 2090 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации). Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 126 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая (3-х секционная) 2шт., кафедра 1шт., тумба м/м 1шт., стол 1шт., стул 2шт.Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/500/4/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор Panasonic PT-VX610E - 1 шт., Громкоговоритель 2-полосной Hi-Fi PRO MASKGT-W - 2 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, ул. Канал Грибоедова, 30/32, литер «А», «Б», «Р»

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов,

составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).