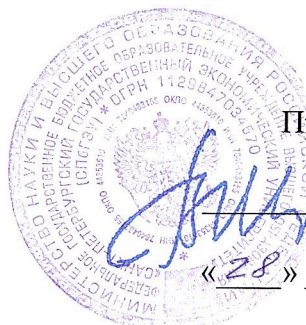


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе
/Шубаева В.Г./

«28» августа 2020г.

Рабочая программа дисциплины

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ
КАМПАНИЙ**

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., доц. Чибисова Е.А.

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.....	4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	5
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	7
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины.....	7
7.2. Организация самостоятельной работы.....	7
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	8
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	9
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса..	10
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	10

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование и развитие у студентов профессиональной компетентности по вопросам организации и проведения коммуникационных кампаний, овладения основами практических навыков их разработки и реализации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Ф "Организация и проведение коммуникационных кампаний" 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-2.3. Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач	Знать: правовые нормы, возможные риски и ограничения при организации и проведении коммуникационных кампаний Уметь: правильно воспринимать и интерпретировать задачу руководства по подготовке и проведению коммуникационных кампаний, определять оптимальные ресурсы для их реализации. Владеть: навыками проведения коммуникационных кампаний в условиях ограниченных ресурсов.
ПК-4 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-4.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать: основные этапы подготовки и проведения современных коммуникационных кампаний и мероприятий, их технологические и креативные аспекты. Уметь: работать с креативным брифом, разрабатывать стратегию и тактику коммуникационных кампаний и мероприятий; составлять календарные , контент-планы, медиа-планы кампаний, графики отдельных мероприятий, вырабатывать ключевые сообщения кампании. Владеть: навыками исследования, планирования, реализации и оценки эффективности коммуникационных кампаний.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося согласно РУП отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 6 семестр; курсовая работа 6 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	ПП	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Тема 1. Сравнительная характеристика основных параметров рекламной и PR-кампаний в бизнесе	4			6	12
Тема 2. Этапы организации и проведения коммуникационных кампаний	4			4	14
Тема 3. Исследовательский этап подготовки коммуникационных кампаний	6			10	20
Тема 4. Особенности планирования коммуникационных кампаний	6			10	20
Тема 5. Инструменты и каналы коммуникации с ЦА в коммуникационной кампании и их креативный аспект	6			8	18
Тема 6. Этап реализации коммуникационных кампаний	8			10	20
Тема 7. Оценка эффективности коммуникационных кампаний	6			8	12
Всего по дисциплине:	40			56	120

ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

№ п/п	Этапы дисциплины реализации	Содержание этапа
1	Аналитический	Проведение ситуационного анализа: сбор, обработка данных об организации и управлении коммуникационной деятельностью организации в части формирования привлекательного бренда работодателя. Исследование проблем и нахождение путей их решения. Анализ и сегментирование целевых аудиторий проекта. Изучение эффективности каналов коммуникации компании.
	Практический	Разработка креативной концепции и тактическое планирование проекта на основе результатов аналитического этапа. Корректировка и оптимизация креативные проектных решений с учетом критериев эффективности, потенциальных возможностей и угроз. Подготовка содержательной интерпретации полученных результатов, формулирование выводов и предложений по внедрению полученных результатов.
	Отчетный	Обобщение и систематизация полученной в ходе аналитического и практического этапа информации.

		Изучение возможностей использования полученных результатов, описание нового продукта интеллектуальной деятельности, который создан по результатам реализации проекта. Подготовка итогового отчета и презентационного материала, защита проекта и оценка результатов.
--	--	--

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Сравнительная характеристика основных параметров рекламной и PR-кампании в бизнесе

Определения и сущность рекламной и PR-кампании как разновидности коммуникационной кампании. Роль и место рекламных и PR-кампаний в коммуникационной политике организации. Основные характеристики и признаки рекламных и PR-кампаний: проблемная ориентированность, целенаправленность, системность, планомерность, временная и географическая локализация, технологичность, доминирование используемых коммуникативных средств и др. Цели, задачи, средства, субъекты, объекты и виды (типы) кампаний. Классификация рекламных и PR-кампаний.

Тема 2. Этапы организации и проведения коммуникационных кампаний

Четыре основных этапа организации и проведения рекламной и PR-кампании: исследовательский этап; этап планирования кампании; этап реализации кампании; этап оценки эффективности кампании. Модели рекламной и PR-деятельности (кампании): AIDA, ACCA, DAGMAR, RACE, ROPE и др. Вопросы сотрудничества и аутсорсинга при организации и проведения рекламных и PR-кампаний.

Тема 3. Исследовательский этап подготовки коммуникационных кампаний

Цель, задачи и содержание исследовательского этапа подготовки рекламной и PR-кампании. Значение информационного обеспечения рекламной и PR-деятельности. Программа и методы маркетинговых исследований. Особенности исследований в целях проведения рекламной и PR-кампаний. Центральная роль изучения целевых аудиторий коммуникационной кампании. Основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере; жанровые и стилистические особенности аналитических справок, обзоров и прогнозов; правила составления аналитических справок, обзоров и прогнозов. Постановка цели и разработка (выбор) стратегии кампании.

Тема 4. Особенности планирования коммуникационных кампаний

Значение планирования и виды планов в рекламе и связях с общественностью. Методы планирования коммуникационных кампаний. Разработка календарного плана кампании. Медиапланирование (медиаплан) в рекламе и PR. Основные понятия и методы медиапланирования. Подготовка проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных и PR-кампаний и отдельных мероприятий (креативный бриф, соглашение, договор, контракт, разработка сметы рекламной и PR-кампании).

Тема 5. Инструменты и каналы коммуникации с ЦА в коммуникационной кампании и их креативный аспект

Понятие и классификация средств (инструментов) рекламной и PR-деятельности. Средства рекламы как инструменты распространения рекламного сообщения в целях достижения необходимого рекламного эффекта. Медийные и немедийные средства рекламы. ATL и BTL средства рекламы. Выбор носителя рекламного сообщения. Разработка рекламной идеи и рекламного сообщения; его содержание и форма.

Разработка PR-обращения (послания) кампании. Использование инструментов информационного (медиаарилейшнз) и событийного PR в кампании по связям с общественностью. Виды PR-текстов и специальных событий; их подготовка и использование в PR-кампании.

Тема 6. Этап реализации коммуникационных кампаний

Содержание и особенности этапа реализации рекламной и PR-кампании. Вопросы

менеджмента рекламных и PR-кампаний. Организационные аспекты проведения рекламных и PR-акций и мероприятий, их подготовка и освещение. Рекламное и PR-сопровождение коммуникационных кампаний. Работа персонала при подготовке и проведении мероприятий. Организация мониторинга эффектов воздействия рекламной и PR-кампании; способы корректировки мероприятий кампании для повышения ее результативности. Специфика реализации рекламных и PR-кампаний в коммерческой сфере, в государственных структурах, в негосударственных общественных организациях.

Тема 7. Оценка эффективности коммуникационных кампаний

Понятие эффективности рекламной и PR-кампании. Два вида оценки эффективности: коммерческая (финансовая) и коммуникативная. Основные подходы, критерии и методы оценки эффективности рекламной и PR-кампании. Методики определения коммуникативной и торговой эффективности рекламы. Метод оценки психологического восприятия. Метод оценки запоминаемости. Метод экспертных оценок. Исследования с помощью наблюдения и экспериментов. Методы опроса, фокус-групп и др. Подходы и методики оценки эффективности PR-кампании (модель иерархии результатов, модель Д. Бернета - С. Мориарти, модель А. Чумикова, модель Р. Хейвуда и др.).

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия/Оценочное средство
1	2	3
Тема 1	Тема 1. Сравнительная характеристика основных параметров рекламной и PR-кампаний в бизнесе	ПЗ: представление презентаций (докладов)/ выполнение аналитической работы (анализ конкретных ситуаций)
Тема 2	Тема 2. Этапы организации и проведения коммуникационных кампаний	ПЗ: представление презентаций (докладов) выполнение аналитической работы (анализ конкретных ситуаций)/
Тема 3	Тема 3. Исследовательский этап подготовки коммуникационных кампаний	ПЗ: Выполнение практических заданий / /представление презентаций (докладов)/ кейс-задание
Тема 4	Тема 4. Особенности планирования коммуникационных кампаний	ПЗ: Выполнение практических заданий / /представление презентаций (докладов)/ кейс-задание
Тема 5	Тема 5. Инструменты и каналы коммуникации с ЦА в коммуникационной кампании и их креативный аспект	ПЗ: Выполнение практических заданий / /представление презентаций (докладов)/ кейс-задание
Тема 6	Тема 6. Этап реализации коммуникационных кампаний	ПЗ: Выполнение практических заданий / /представление презентаций (докладов)/

		кейс-задание
Тема 7	Тема 7. Оценка эффективности коммуникационных кампаний	ПЗ: Выполнение практических заданий / /представление презентаций (докладов)/ кейс-задание

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 в 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
1-7	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине
1-7	Выполнение заданий для усвоения отдельной темы дисциплины.
3	Подготовка аналитической работы - контрольная точка № 1
7	Подготовка к выполнению кейс-задания - контрольная точка № 2
1-7	Подготовка курсовой работы
1-7	Подготовка к экзамену

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

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках реализации дисциплины используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Лекции-дискуссии (тема № 1-7)
- Проблемный семинар (тема № 1-7);
- Анализ конкретных ситуаций (темы № 1,2,3);
- Практическое задание (темы 3,4,5,6,7);
- Мозговой штурм (тема № 5);
- Кейс-технологии (темы № 3,4,5,6,7)

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.

Практическое задание – Данные задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов. Данный вид заданий дает возможность найти свое собственное «правильное» решение. Выполнение творческих заданий требуют от обучающегося воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода: подборка примеров из практики; подборка материала по определенной проблеме и т.п. Важно, чтобы обучающийся научился структурировать, анализировать, сопоставлять материал, а

также сравнить изложение изучаемой темы разных авторов, и обосновать свои предложения о наиболее целесообразной форме представления материала.

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.

Проблемный семинар. Важнейшим показателем «проблемности» характера обучения является наличие познавательной проблемы. «Проблема» может быть сформулирована на основе материалов истории науки, социальной практики, в контексте предстоящей профессиональной деятельности. Семинар предполагает активное вовлечение студентов в процесс обсуждения и решения поставленной проблемы, процесс поиска решения направляется и контролируется преподавателем.

В состав методического обеспечения проблемного семинара входят: перечень «проблемных» вопросов для дискуссии и способ организации дискуссии; перечень практических заданий обучающимся по подготовке к семинару и требования к представлению результатов их выполнения; перечень рекомендуемых информационных источников; подборка актуальных статей, материалов для рефлексивного чтения.

Кейс-технологии. Кейс–разновидность производственной или экономической ситуации, специально сформулированной преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися. Включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии.

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 обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. – Москва: Издательство Юрайт, 2021.	https://urait.ru/viewer/osnovy-integrirovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-512454
Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью : учебное пособие / [К.В.Аксенов, К.Е.Виноградова, А.А.Горячев и др.]; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, Каф. коммуникац. технологий и связей с общественностью. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2020	https://opac.unecon.ru/elibrary/2015/ucheb/%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8%20%D0%B2%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B5_20.pdf
Трищенко Д. А.. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. Москва : Юрайт, 2022. 124 с. (Высшее образование) . ISBN 978-5-534-15275-3 : 409.00.	https://urait.ru/viewer/kopirayting-488148

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	База данных «Ист Вью» – http://dlib.eastview.com/
2	Электронная библиотека Grebennikon.ru – http://grebennikon.ru
3	Научная электронная библиотека eLIBRARY – http://elibrary.ru/defaultx.asp
4	Научная электронная библиотека КиберЛеника – https://cyberleninka.ru
5	База данных AMADEUS All – https://amadeus.bvdinfo.com
6	База данных ПОЛПРЕД Справочники – http://polpred.com/news
7	Электронная библиотека СПБГЭУ – opac.unecon.ru

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или http://www.consultant.ru/)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или http://www.garant.ru/)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или https://kodeks.ru/)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - http://www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ - https://urait.ru
6	Электронная библиотечная система IPR BOOKS - http://www.iprbookshop.ru/
7	Электронная библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) - https://new.znanium.com

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	Windows Professional 10/8/7.
2	Microsoft Office Professional Plus 2019/2016/2013/2010.
3	GIMP. Freeware
4	Inkscape. Freeware
5	XnView. Freeware for private or educational use

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.

10. 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).