

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 16.06.2025 10:51:34
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт	славянской культуры
Кафедра	Общей и славянской филологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)

Уровень образования	бакалавриат	
Направление подготовки	45.03.01	Филология
Направленность (профиль)	Интернет-журналистика	
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года	
Форма обучения	Очная	

Рабочая программа «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 8 от 12.04.2025 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

проф. И.В. Бугаева

И.о. заведующего кафедрой: М.А. Дударева

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)» изучается в седьмом семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект - не предусмотрен(а)

1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)» являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Современный русский язык;
- Стилистика русского языка;
- Технология создания медиа-текста.

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Поликодовые тексты в Интернет-пространстве;
- Продвижение медиа-проекта в Интернете.

Результаты освоения учебной дисциплины «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)» в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики и (или) выполнении выпускной квалификационной работы).

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Целями изучения дисциплины «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)» являются:

- формирование представлений о языке как семиотической системе, о вербальных и невербальных компонентах коммуникации;
- усвоение основ продающих текстов в маркетинговой коммуникации; понимание специфики содержания и создания продающих и продвигающих текстов.
- формирование у обучающихся компетенций ПК-3 (Способен использовать разные жанры современных средств массовой коммуникации), определить актуальность информационного повода, определить дальнейший ход работы), установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающими знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по
ПК-2 Способен создавать востребованные обществом медиатексты и медиапродукты в	ИД-ПК-2.2. Определение и выбор тем и проблем для медиаконтента, оценка актуальности информации и медиапродукта	– выбирает проблемы и темы для создания медиаконтента; - оценивает актуальность и достоверность информации; -создает медиатексты в соответствии с
ПК-3 Способен использовать разные жанры современных средств массовой коммуникации	ИД-ПК-3.1. Анализ системы жанров традиционных и интернет- СМИ	- Анализирует информационные поводы, на основе которых создает продающие и продвигающие тексты; - Понимает возможность вовлечения читателей в опосредованную коммуникацию благодаря актуальности информационного повода с помощью новых технологий ; - Анализирует и создает видеоконтент в Интернет-пространстве; - определяет отличия интернет-текстов от традиционных печатных - создает лонгриды на заданную тематику и форматы.
	ИД-ПК-3.2. Создание и анализ видеоконтента в интернет- СМИ	
	ИД-ПК-3.3 Создание лонгрида как нового формата в интернет-СМИ	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128 час.

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий

Структура и объем дисциплины								
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час	
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/ курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося, час
7 семестр	экзамен	128	30		30			36
Всего:		128	30		30			36

3.2. Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по разделам и темам дисциплины:

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы Контактная работа					Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час			
	Седьмой семестр							
ПК2: ИД-ПК-2.2 ПК-3: ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2 ИД-ПК-3.3	Тема 1: Эффективный рекламный текст в СМИ: основные положения	2				4	Устный опрос, Визуальный проект кейс, реферат, индивидуальные творческие задания, коллективный проект «Мультимедийный лонгрид»	
	Тема 1 Практическое занятие: Рекламный, продающий и продвигающий тексты: вопросы терминологии и функции		2					
	Тема2 Специфика продающего текста в прессе	4				4		
	Тема 2 Практическое занятие: Классификация жанров. Структура, языковые средства, анализ.		4					
	Тема 3 Специфика продающего текста для радио.	4				4		
	Тема 3 Практическое занятие: Классификация жанров. Структура, языковые средства, анализ.		4					
	Тема 4 Специфика продающего текста на телевидении	4				4		
	Тема 4 Практическое занятие: Классификация жанров. Структура, языковые средства, анализ.		4					
	Тема 5: Специфика продающего текста в Интернете	4				4		
	Тема 5 Практическое занятие: Практическое занятие: Классификация жанров. Структура, языковые средства, анализ.		4					
	Тема 6: Виды продающего текста	4				4		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенци(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальны е занятия . час	Практическая подготовка. час		
	Тема 6 Практика создания мультимедийного сторителлинга		4				Устный опрос, Визуальный проект кейс, реферат, индивидуальные творческие задания, коллективный проект «Мультимедийный лонгрид»
	Тема 7: Продающий текст как креолизованный текст	4				6	
	Тема7 Практическое занятие: Комплексный анализ рекламного сообщения		4				
	Тема 8: Метафора как основа креализованного продающего текста	4				6	
	Тема8 Практическое занятие Семиотический анализ продающих текстов		4				
	Экзамен					32	
	ИТОГО за седьмой семестр	30	30			128	

3.1. Краткое содержание учебной дисциплины «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)»

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Тема 1	Эффективный рекламный и PR текст в СМИ: основные положения	Реклама и PR как часть контента современных СМИ. Правовые нормы и этические требования к рекламному и PR контенту СМИ. Современный мировой медиарекламный рынок.
Тема 2	Специфика продающего текста в прессе	Жанры печатных продающих текстов. Структура рекламного текста. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия
Тема 3	Специфика продающего текста для радио	Жанры аудиальных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия
Тема 4	Специфика продающего текста на телевидении	Жанры телевизионных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия
Тема 5	Специфика продающего текста в Интернете	Жанры мультимедийных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия
Тема 6	Виды рекламного текста	Виды рекламного текста в зависимости от маркетинговых задач. Виды рекламного текста в зависимости от эмоционального фона. Виды рекламного текста в зависимости от формы изложения.
Тема 7	Продающий текст как креолизованный текст	Понятие креолизованного текста. Виды креолизации (полная, частичная, нулевая). Иконический компонент и способы его представления. Вербальная и визуальная информация в продающих текстах. Коммуникативные отношения в системе «продающий текст – адресат».
Тема 8	Метафора как основа креализованного продающего текста	Метафора в рекламном тексте. Уровни восприятия креолизованного текста как семиотического. Знаки, их сущность и свойства.

3.2. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, практическим занятиям, зачетам;
- изучение учебных пособий;
- изучение тем, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- аннотирование монографий, или их отдельных глав, статей;
- конспектирование монографий, или их отдельных глав, статей;

- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение домашних заданий;
- подготовка рефератов и докладов, эссе.;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
- создание презентаций по изучаемым темам.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение консультаций перед зачетом.

Перечень тем, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела /темы дисциплины, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час.
Тема 4	Специфика продающего текста на телевидении	Подготовить сообщение с презентацией	Доклад с презентацией	6
Тема 5	Специфика продающего текста в Интернете	Подготовить сообщение с классификацией и особенностями одного или нескольких жанров	Мультимедийная презентация	10
Тема 7	Продающий текст как креолизованный текст	Проанализируйте семиотические возможности параграфематики в креолизованных текстах	Мультимедийная презентация	10
Тема 8	Метафора как основа креализованного продающего текста	Составьте свои рекламные сообщения (не менее 5), используя разные общекультурные символы для продвижение одного и того же товара или услуги	Индивидуальный проект	10

3.3. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии не применяются.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПОДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
					ПК2: ИД-ПК-2.2 ПК-3: ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2 ИД-ПК-3.3
высокий		5 (отлично)			Обучающийся: -без затруднений продающего текста; - понимает возможность вовлечения читателей в опосредованную коммуникацию благодаря актуальности информационного повода с помощью новых технологий; -определяет отличия интернет-текстов от традиционных печатных; - воспринимает и интерпретирует интернет- тексты как тексты гетерогенной семиотической структуры; - оценивает свойства современного медиатекста
повышенный					Обучающийся:

		4 (хорошо)			- продающего текста; - в целом понимает возможность вовлечения читателей в опосредованную коммуникацию благодаря актуальности информационного повода;; - определяет некоторые отличия интернет-текстов от традиционных печатных; - воспринимает и интерпретирует интернет- тексты как тексты гетерогенной семиотической структуры; - оценивает свойства современного медиатекста в интернет-СМИ
базовый		3 (удовлетворительно)			Обучающийся: - испытывает серьёзные затруднения при определении специфики продающего текста; - не всегда осознает оценивает степень вовлечения читателей в опосредованную коммуникацию; - не определяет отличия поликодовых интернет-текстов от традиционных печатных; - с трудом интерпретирует поликодовые тексты как тексты гетерогенной семиотической структуры;
низкий		2(неудовлетворительно)	Обучающийся:		

			- демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; - отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения; - речь неграмотная, не используется профессиональную терминологию; - дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента; - ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.
--	--	--	---

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Стилистика русского языка» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	тест	1. Двойственность языкового сообщения в анализе рекламы выражается в: а) его денотативном и коннотативном характере; б) означающем и означаемом; в) форме и содержании; г) наличии адресанта и адресата. 2. Буквальные иконические сообщения проявляются в: а) художественном тексте; б) кинофильме; в) рекламе; г) музыкальных произведениях. 3. Небуквальное иконическое сообщение при анализе рекламф основано на: А) знании всех деталей изображения; Б) некотором коде – системе условных знаков;

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		В) непонимании его с первого взгляда; Г) скрытом смысле этого сообщения.
2	кейс	Разработать мультимедийный проект
3	Типовые задания	Задания для самостоятельной работы Задание 1. Подготовить сообщение с классификацией и особенностями одного или нескольких жанров. Задание 2. Проанализируйте семиотические возможности параграфемии в креолизованных текстах. Задание 3. Составьте свои рекламные сообщения (не менее 5), используя разные общекультурные символы для продвижения одного и того же товара или услуги Задание 4. Ознакомьтесь с семиотическим анализом интернет-рекламы. Исходя из предпосылки, что реклама является креолизованным текстом, определите, из каких именно разнокодовых элементов она состоит. Задание 5. Продумайте структуру информационного текста с учетом темы материала, угла подачи (фокуса) и аудитории. Перечислите основные критерии оценки созданного медиапродукта.

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Индивидуальное творческое задание мультимедийная презентация	Обучающийся показал знания и умения полно и свободно, логически и аргументированно создавать публицистический текст с минимальным допуском отдельных неточностей.		5
	Обучающийся показал знания и умения достаточно полно и аргументированно создавать публицистический текст при допуске недочетов.		4

Наименование оценочного средства (контрольнооценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Обучающийся показал удовлетворительные знания и умения создавать публицистический текст с допуском недочетов.		3
	Обучающийся не представил работу, не справился с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Визуальный проект «Сторителлинг как убеждающий жанр»	Обучающийся показал знания и умения полно и свободно, логически и аргументированно планировать мультимедийные проекты с минимальным допуском отдельных неточностей.		5
	Обучающийся показал знания и умения достаточно полно и аргументированно планировать мультимедийные проекты при допуске недочетов.		4
	Обучающийся показал удовлетворительные навыки планировать мультимедийные проекты с допуском недочетов.		3
	Обучающийся не представил работу, не справился с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Типовые задания	Обучающийся показал знания и умения полно и свободно, логически и аргументированно выполнять типовые с минимальным допуском отдельных неточностей.		5
	Обучающийся показал знания и умения достаточно полно и аргументированно выполнять типовые задания при допуске недочетов.		4
	Обучающийся показал удовлетворительные знания и умения выполнять типовые задания со значительным количеством недочетов		3
	Обучающийся не представил работу, не справился с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки		2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
-----------------------------------	---

Экзамен по билетам	Вопросы к экзамену: 1. Реклама и PR как часть контента современных СМИ. 2. Правовые нормы и этические требования к рекламному и PR контенту СМИ. 3. Современный мировой медиарекламный рынок. 4. Жанры печатных продающих текстов. 5. Структура рекламного текста. 6. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия 7. Жанры аудиальных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия 8. Жанры телевизионных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия 9. Жанры мультимедийных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия 10. Виды рекламного текста в зависимости от маркетинговых задач. 11. Виды рекламного текста в зависимости от эмоционального фона. 12. Виды рекламного текста в зависимости от формы изложения. 13. Понятие креолизованного текста. 14. Виды креолизации (полная, частичная, нулевая). 15. Иконический компонент и способы его представления. 16. Вербальная и визуальная информация в продающих текстах. 17. Коммуникативные отношения в системе «продающий текст – адресат». 18. Метафора в рекламном тексте. 19. Уровни восприятия креолизованного текста как семиотического. 20. Знаки, их сущность и свойства.
--------------------	---

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен по билетам	Обучающийся: - демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на		5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	основные вопросы билета, так и на дополнительные; - свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; - способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; - логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; - демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики. -практическое задание выполнено без ошибок.		
	Обучающийся: - показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; - недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; - недостаточно логично построено изложение вопроса; - активно работает с основной литературой, - демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Практическое задание выполнено с незначительными ошибками		4
	Обучающийся:		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	- показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; - не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые; - в целом знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы.		
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. Практическое задание не выполнено.		2

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- устный опрос		2 – 5
- выступление с презентацией		2 – 5
- индивидуальное творческое задание		2 – 5
- тест		2 – 5
Промежуточная аттестация Экзамен		экзамен
Итого за семестр экзамен		

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- групповые дискуссии;
- разбор конкретных ситуаций;
- подготовка рефератов, докладов и их обсуждение на учебном занятии;
- творческое задание;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, преддипломной практики, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения практической работы.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для

обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
129337, г. Москва, Хибинский проезд, дом 6	
Ауд.302,307	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: - ноутбук; - проектор,
Ауд. 301,401,402	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: - ноутбук, - проектор,
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
Читальный зал библиотеки:	- компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы/модуля осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

[illegible]

10. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

10.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
4.	Научная электронная библиотека https://www.elibrary.ru/defaultx.asp?session=off
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ – русский язык для всех http://gramota.ru
2.	Национальный корпус русского языка https://ruscorpora.ru
3.	Словари на Академике https://dic.academic.ru

10.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
2.	Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
3.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
4.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и
утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры

