

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.06.2024 12:44:47
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 Магистратура
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии рекламы в различных сферах

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	39.04.01 Социология
Направленность (профиль)	Социология маркетинга и рекламы
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии рекламы в различных сферах» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 8 от 25.03.2024 г.

Разработчики рабочей программы учебной дисциплины:

Профессор	М.Г.Котовская
Доцент	Е.В. Мореева

Заведующий кафедрой: Е.В. Мореева

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Технологии рекламы в различных сферах» изучается во втором семестре.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

второй семестр - экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Технологии рекламы в различных сферах» относится к обязательной части программы.

Изучение дисциплины опирается на результаты освоения образовательной программы предыдущего уровня бакалавриата.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Современные социологические теории;
- Планирование и реализация рекламных кампаний;
- Планирование теоретического и эмпирического исследования;
- Производственная практика. Научно-технический семинар 1.

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

- Методология и методы социологии маркетинга;
- Социология социальных институтов и процессов;
- Педагогический практикум по социологии маркетинга;
- Проектные технологии в социологии маркетинга и рекламы;
- Социологические методы исследования рынка в сетевой среде;
- Производственная практика. Научно-технический семинар 3;
- Производственная практика. Научно-технический семинар 4.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями изучения дисциплины «Технологии рекламы в различных сферах» являются:

- исследовать современные инновационные технологии и их роль в сфере рекламы.
- проанализировать воздействие социальных медиа на рекламную деятельность.
- выявить особенности использования различных платформ для достижения целевой аудитории.
- исследовать роль и влияние искусственного интеллекта в рекламе.
- анализировать этические аспекты рекламы в разных сферах, таких как здравоохранение, образование, культура и экология.
- исследовать адаптацию рекламы к различным культурным и социокультурным контекстам.
- проанализировать роль эмоций в рекламе и их воздействие на потребителей.
- исследовать воздействие рекламы в сфере устойчивого развития на общественное сознание.
- проанализировать роль рекламы в формировании образа бренда и стереотипов.
- исследовать роль алгоритмической рекламы и аналитики данных в оптимизации рекламных кампаний.

–формирование у обучающихся компетенции, установленной образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной 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 модулю
ОПК-1 Способен обоснованно отбирать и использовать современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач	ИД-ОПК-1.2 Осуществление обоснованного выбора методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных	- осуществляет обоснованный выбор методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных
ПК-2 Способен проводить социологические и маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИД-ПК-2.1 Применение теории и практики маркетинговых исследований. Предложение моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов	- осуществляет применение теории и практики маркетинговых исследований, их моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов в области рекламы
	ИД-ПК-2.2 Разработка предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании, консультирование по его проведению	-демонстрирует разработку предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании, консультирование по его проведению в области социологии

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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 (очная форма обучения)

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	<i>курсовая работа/ курсовой проект</i>	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
2 семестр	экзамен	128	18	54				45	11
Всего:	экзамен	128	18	54				45	11

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(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/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
Второй семестр							
ОПК-1: ИД-ОПК-1.2 ПК-2: ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2	Раздел I. Основы рекламы и ее роль в современном обществе	6	18			15	Формы текущего контроля по разделу I: 1. Устная дискуссия, разбор практических заданий 2. Коллоквиум
	Лекция 1.1 Введение в рекламу и маркетинг	3				3	
	Лекция 1.2 Влияние рекламы на общественное мнение	3				4	
	Практическое занятие № 1.1 Анализ рекламных кампаний		9			4	
	Практическое занятие № 1.2 Создание рекламного контента		9			4	
ОПК-1: ИД-ОПК-1.2 ПК-2: ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2	Раздел II. Инновации и технологии в рекламе	6	18			15	Формы текущего контроля по разделу II: 1. Контрольная работа 2. Опрос-дискуссия
	Лекция 2.1 Интернет-реклама и цифровые платформы	3				3	
	Лекция 2.2 Технологические трансформации в рекламе	3				4	
	Практическое занятие № 2.1 Создание интернет-рекламы		9			4	
	Практическое занятие № 2.2 Инновации в рекламной деятельности		9			4	
ОПК-1: ИД-ОПК-1.2 ПК-2: ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2	Раздел III. Этические аспекты и адаптация рекламы в разных сферах	6	18			9	Формы текущего контроля по разделу III: 1. Опрос-дискуссия 2. Контрольная работа, защита реферата в форме презентации
	Лекция 3.1 Этические вопросы в рекламной деятельности	3				3	
	Лекция 3.2 Адаптация рекламы в различных сферах	3				2	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(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/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
	Практическое занятие № 3.1 Этические аспекты и креативные решения		9			2	
	Практическое занятие № 3.2 Адаптация рекламы под разные сферы		9			2	
	Экзамен					11	в устной форме по билетам
	ИТОГО за второй семестр	18	54			56	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел I Основы рекламы и ее роль в современном обществе		
Лекция 1.1	Введение в рекламу и маркетинг	Определение рекламы и ее основные функции. Роль маркетинга и рекламы в современной бизнес-среде. Взаимосвязь между маркетинговыми стратегиями и рекламными акциями.
Лекция 1.2	Влияние рекламы на общественное мнение	Роль рекламы в формировании стереотипов и ценностей. Эффекты рекламы на общественное мнение и потребительское поведение. Анализ практических случаев воздействия рекламы на общественное мнение.
Практическое занятие № 1.1	Анализ рекламных кампаний	Разбор и обсуждение успешных и неудачных рекламных кампаний. Выявление ключевых элементов, влияющих на эффективность рекламы. Практические задания по анализу рекламных материалов.
Практическое занятие № 1.2	Создание рекламного контента	Основы создания привлекательного рекламного контента. Использование визуальных и текстовых элементов для передачи сообщения. Практические упражнения по разработке рекламных идей и концепций.
Раздел II Инновации и технологии в рекламе		
Лекция 2.1	Интернет-реклама и цифровые платформы	Особенности рекламы в онлайн-среде. Роль социальных медиа, поисковых систем и контентных платформ в рекламе. Тенденции и инновации в интернет-рекламе.
Лекция 2.2	Технологические трансформации в рекламе	Влияние искусственного интеллекта, аналитики данных и автоматизации на рекламную индустрию. Рекламные алгоритмы и персонализация сообщений для целевых аудиторий. Примеры инновационных технологий в рекламе.
Практическое занятие № 2.1	Создание интернет-рекламы	Практические навыки разработки рекламных кампаний для онлайн-платформ. Оптимизация контента под разные форматы рекламы: баннеры, видео, контекстная реклама. Работа с рекламными инструментами и платформами.
Практическое занятие № 2.2	Инновации в рекламной деятельности	Ознакомление с инструментами и технологиями искусственного интеллекта и аналитики для рекламы. Создание рекламных кампаний с учетом персонализации и алгоритмического подхода. Практические задачи по интеграции новых технологий в рекламные стратегии.
Раздел III Этические аспекты и адаптация рекламы в разных сферах		
Лекция 3.1	Этические вопросы в рекламной деятельности	Оценка этических дилемм и проблем, с которыми сталкиваются маркетологи и рекламисты. Рассмотрение влияния рекламы на общественное мнение и ценности. Этические стандарты и регулирование рекламной деятельности.
Лекция 3.2	Адаптация рекламы в различных сферах	Исследование особенностей рекламы в сферах здравоохранения, образования, культуры и других. Анализ успешных и неудачных кейсов адаптации рекламы

		в разные контексты. Роль социологического анализа при адаптации рекламы.
Практическое занятие № 3.1	Этические аспекты и креативные решения	Обсуждение этических ситуаций и принятие решений в контексте рекламы. Разработка креативных и этических рекламных концепций. Практические задания по созданию рекламы с учетом этических норм.
Практическое занятие № 3.2	Адаптация рекламы под разные сферы	Практические упражнения по созданию рекламных кампаний для различных сфер: здравоохранение, образование, культура и др. Анализ и обсуждение результатов адаптации рекламы. Работа с реальными кейсами и задачами из практики.

3.4. 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 и практическим, экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение разделов, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- подготовка к коллоквиуму, контрольной работе и тестированию;
- 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 индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин профильного/родственного бакалавриата, которые формировали ОПК и ПК, в целях обеспечения преемственности образования (для студентов магистратуры – в целях устранения пробелов после поступления в магистратуру абитуриентов, окончивших бакалавриат/специалитет иных УГСН).

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

№ пп	Наименование раздела модуля, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Раздел I Основы рекламы и ее роль в современном обществе				
Лекция 1.1	Введение в рекламу и маркетинг	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к устной дискуссии	устная дискуссия, разбор практических заданий	7
Лекция 1.2	Влияние рекламы на общественное мнение	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к устной дискуссии и коллоквиуму	устная дискуссия, коллоквиум	8
Раздел II Инновации и технологии в рекламе				
Лекция 2.1	Интернет-реклама и цифровые платформы	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к опросу-дискуссии	опрос-дискуссия по результатам выполненной работы	7
Лекция 2.2	Технологические трансформации в рекламе	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к контрольной работе	контрольная работа, разбор практических заданий	8
Раздел III Этические аспекты и адаптация рекламы в разных сферах				
Лекция 3.1	Этические вопросы в рекламной деятельности	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к опросу- дискуссии; подготовка к защите реферата в форме презентации	опрос-дискуссия по результатам выполненной работы, разбор практических заданий, реферат с презентацией	7
Лекция 3.2	Адаптация рекламы в различных сферах	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к опросу- дискуссии; подготовка к защите реферата в форме презентации	опрос-дискуссия по результатам выполненной работы, разбор практических заданий, реферат с презентацией	8

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции	18	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	54	

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

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций

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)
				ОПК-1: ИД-ОПК-1.2	ПК-2: ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2
высокий		отлично		Обучающийся: - эффективно осуществляет обоснованный выбор методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных.	Обучающийся: - грамотно осуществляет применение теории и практики маркетинговых исследований, их моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов в области рекламы; - профессионально демонстрирует разработку предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании, консультирование по его проведению в области социологии.
повышенный		хорошо		Обучающийся: - осуществляет обоснованный выбор методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез	Обучающийся: - осуществляет применение теории и практики маркетинговых исследований, их моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов в области рекламы, но ограничивается только

				<p>исследования и надежности полученных данных, но может неправильно цитировать или интерпретировать информацию из источников, что может привести к неточной или искаженной оценке.</p>	<p>одним методом анализа или не использует разнообразные подходы, это может привести к поверхностной или необъективной оценке;</p> <p>- демонстрирует разработку предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании, консультирование по его проведению в области социологии, но неправильно цитировать или интерпретировать информацию из источников, что может привести к неточной или искаженной оценке.</p>
базовый		удовлетворительно		<p>Обучающийся:</p> <p>- осуществляет обоснованный выбор методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных, но может не применять систематический подход к оценке, не учитывая различные аспекты или не проводя необходимые сравнения, что приводит к поверхностной или недостаточно полной оценке.</p>	<p>Обучающийся:</p> <p>- осуществляет применение теории и практики маркетинговых исследований, их моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов в области рекламы, но может представлять свою оценку без достаточного объяснения или поддержки, что затрудняет понимание и оценку его работы;</p> <p>- демонстрирует разработку предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании, консультирование по его</p>

					проведению в области социологии, но не прилагает достаточные усилия для критической оценки информации, анализа различных точек зрения или выявления ограничений своего аргумента, его оценка может быть поверхностной или неубедительной.
низкий		не удовлетворительно	<p>Обучающийся на низком уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; – испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; – выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя; – 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 «Технологии рекламы в различных сферах» 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	Формируемая компетенция
1.	Устная дискуссия по разделу «Основы рекламы и ее роль в современном обществе»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Каково определение рекламы, и какие основные функции она выполняет в современном обществе? 2. Как связаны маркетинг и реклама? Почему понимание этой взаимосвязи важно для эффективной рекламной стратегии? 3. Расскажите о роли рекламы в формировании общественного мнения и культуры. Какие примеры можете привести? 4. Какие позитивные и негативные воздействия рекламы на общество и индивидов вы можете выделить? 5. Какие основные эффекты рекламы на общественное мнение и потребительское поведение вы знаете? Приведите конкретные примеры. 	<p>ОПК-1: ИД-ОПК-1.2</p> <p>ПК-2: ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<ol style="list-style-type: none"> 6. Как реклама использует стереотипы и ценности для воздействия на аудиторию? Почему это так эффективно? 7. Какие факторы определяют успех или неудачу рекламной кампании? Какие элементы следует учитывать при анализе рекламы? 8. Как социологические исследования могут помочь понять воздействие рекламы на общественное мнение и поведение? Какие методы они используют? 	
2.	Коллоквиум по разделу «Основы рекламы и ее роль в современном обществе»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое реклама, и какие основные цели она преследует в современном мире? 2. Какие основные функции выполняет реклама, и как они связаны с маркетингом? 3. Как реклама влияет на формирование общественного мнения и ценностей? Приведите примеры. 4. Какие основные эффекты рекламы на потребительское поведение можно выделить? Дайте конкретные иллюстрации. 5. Как реклама использует стереотипы и образы для создания воздействия? Какие могут быть плюсы и минусы такого подхода? 6. Как социологические исследования могут помочь анализировать влияние рекламы на общество и индивидов? 7. В чем заключается взаимосвязь между рекламой и созданием имиджа бренда? Почему важно учитывать образ компании при создании рекламной кампании? 8. Как этические аспекты влияют на рекламную деятельность? Какие этические проблемы могут возникнуть в контексте рекламы и ее воздействия на общество? 	ОПК-1: ИД-ОПК-1.2 ПК-2: ИД-ПК-2.2
3.	Контрольная работа по разделу «Инновации и технологии в рекламе»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие основные изменения в рекламной индустрии произошли с появлением интернета? Как интернет повлиял на способы и подходы к рекламе? 2. Какие цифровые платформы и социальные медиа играют важную роль в современной рекламе? Как они помогают достигать целевой аудитории? 3. Расскажите о роли искусственного интеллекта в рекламной деятельности. Какие задачи он может решать в создании и оптимизации рекламных кампаний? 4. Какие инновационные технологии можно использовать для персонализации рекламного контента под индивидуальные потребности потребителей? 5. В чем заключается понятие "алгоритмическая реклама"? Какие алгоритмы используются для определения эффективности рекламных кампаний? 6. Какие преимущества и недостатки свойственны использованию искусственного интеллекта и аналитики данных в рекламе? 7. Какие риски связаны с интеграцией инновационных технологий в рекламу? Какие могут возникнуть этические вопросы? 8. Какие тенденции в инновациях и технологиях рекламы можно прогнозировать на ближайшее 	ОПК-1: ИД-ОПК-1.2 ПК-2: ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		будущее? Какие направления развития рекламной индустрии выделяются сейчас?	
4.	Опрос-дискуссия по разделу «Инновации и технологии в рекламе»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Как вы считаете, какие основные преимущества интернет-рекламы перед традиционными форматами рекламы? Приведите примеры. 2. Какие социальные медиа платформы, по вашему мнению, наиболее эффективны для проведения рекламных кампаний? Почему? 3. Какие новые возможности появились благодаря использованию искусственного интеллекта в рекламе? Приведите конкретные примеры. 4. Считаете ли вы, что персонализация рекламы является положительным аспектом? Какие могут быть риски? 5. Что такое алгоритмическая реклама, и как она влияет на выбор контента, который видит потребитель? Какие плюсы и минусы вы видите в этом подходе? 6. Какие инновационные технологии вы видите в рекламе, способные изменить образ взаимодействия с аудиторией? Приведите примеры, как это может работать. 7. Какие этические вопросы возникают при использовании искусственного интеллекта и алгоритмов в рекламе? Как обеспечить баланс между инновациями и этикой? 8. Какие сферы рекламной деятельности, на ваш взгляд, наиболее нуждаются в инновациях и технологических решениях? Почему? 	<p>ОПК-1: ИД-ОПК-1.2</p> <p>ПК-2: ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2</p>
5.	Опрос-дискуссия по разделу «Этические аспекты и адаптация рекламы в разных сферах»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие этические аспекты играют важную роль в рекламной деятельности? Как рекламисты могут балансировать между коммерческими интересами и этическими нормами? 2. Расскажите о случаях, когда реклама сталкивалась с этическими критиками. Какие аспекты рекламы вызвали общественное недовольство? 3. В чем заключается адаптация рекламы под разные сферы, например, здравоохранение, образование или культуру? Какие особенности следует учитывать при такой адаптации? 4. Считаете ли вы, что реклама в сферах здравоохранения и образования должна иметь какие-то особые этические ограничения? Почему? 5. Какие преимущества и риски сопутствуют использованию эмоциональных аспектов в рекламе? Могут ли эмоциональные приемы быть неэтичными? 6. Какие социологические исследования помогают анализировать воздействие рекламы в разных сферах? Какие методы используются для изучения реакции аудитории? 7. В чем заключается взаимосвязь между адаптацией рекламы и социокультурным контекстом? Какие аспекты следует учитывать, чтобы реклама соответствовала ценностям и нормам общества? 8. Какие способы обеспечивают эффективную коммуникацию рекламы в сферах, где этические аспекты особенно важны? Каким образом можно сделать рекламу более прозрачной и добросовестной? 	<p>ОПК-1: ИД-ОПК-1.2</p> <p>ПК-2: ИД-ПК-2.2</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
6.	Реферат по разделу «Этические аспекты и адаптация рекламы в разных сферах»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Этические нормы и вызовы в рекламе здравоохранения: анализ воздействия на пациентов и общественное мнение. 2. Этические аспекты рекламы образовательных услуг: баланс между информированием и манипуляцией. 3. Роль эмоций и этики в рекламе детских товаров: оценка воздействия на родителей и детей. 4. Адаптация рекламы культурным особенностям: этические аспекты в использовании традиций и обычаев. 5. Этические нормы в рекламе продуктов питания: борьба с дезинформацией и поддержание здорового образа жизни. 6. Реклама в сфере экологии и устойчивого развития: адаптация к вызовам природопользования и социальной ответственности. 7. Этические аспекты рекламы в фармацевтической индустрии: баланс между рекламой и обязательствами по здоровью общества. 8. Реклама косметики и стандарты красоты: этические аспекты в формировании стереотипов и самооценки. 9. Этические нормы и реклама благотворительных организаций: баланс между социальной миссией и привлечением внимания. 10. Адаптация рекламы культурных мероприятий и искусства: роль этических аспектов в поддержке культурных ценностей. 	<p>ОПК-1: ИД-ОПК-1.2</p> <p>ПК-2: ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2</p>

5.2 Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Контрольная работа	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении, пройденных тем и применение их на практике.		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.		2
	Работа не выполнена.		
Устный опрос	ответ ученика полный, самостоятельный, правильный, изложен литературным языком в определенной логической последовательности, рассказ сопровождается новыми примерами; учащийся обнаруживает верное понимание физической сущности рассматриваемых явлений и закономерностей, законов и теории, дает точное определение и истолкование основных понятий, законов, теорий, правильное определение физических величин, их единиц и способов измерения; учащийся умеет применить знания в новой ситуации при выполнении практических заданий, знает основные понятия и умеет оперировать ими при решении задач, правильно выполняет чертежи, схемы и графики, сопутствующие ответу; может установить связь между изучаемым и ранее изученным материалом по курсу физики, а также с материалом, усвоенным при изучении других предметов;		5
	ответ удовлетворяет основным требованиям к ответу на оценку "5", но содержит неточности в изложении фактов, определений, понятии, объяснении взаимосвязей, выводах и решении задач, неточности легко исправляются при ответе на дополнительные вопросы; учащийся не использует собственный план ответа, затрудняется в приведении новых примеров, и применении знаний в новой ситуации, слабо использует связи с ранее изученным материалом и с материалом, усвоенным при изучении других предметов.		4
	большая часть ответа удовлетворяет требованиям к ответу на оценку "4", но в ответе обнаруживаются отдельные пробелы, не препятствующие дальнейшему усвоению программного материала; учащийся обнаруживает понимание учебного материала при недостаточной полноте усвоения понятий или		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	непоследовательности изложения материала, умеет применять полученные знания при решении простых задач с использованием готовых формул, но затрудняется при решении качественных задач и задач, требующих преобразования формул.		
	ответ неправильный, показывает незнание основных понятий, непонимание изученных закономерностей и взаимосвязей, неумение работать с учебником, решать количественные и качественные задачи; учащийся не овладел основными знаниями и умениями в соответствии с требованиями программы.		2
Опрос-дискуссия	Обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.		5
	Обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.		4
	Обучающийся дал полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 2-3 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.		3
	Обучающийся дал неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы,		2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.		
Реферат	Выполнение работы в срок. Правильность оформления. Согласно требованиям ГОСТ. Студент знает основные термины, применяемые в современных системах энергосбережения на базе нетрадиционных и возобновляемых источников энергии, теоретические основы и закономерности производства водорода, возможные перспективы и основные направления развития энергетической технологии на базе нетрадиционных и возобновляемых источников энергии. Студент демонстрирует умение: применять различные подходы к анализу поставленной в Реферате проблемы. Студент владеет навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области технологии получения, хранения и транспортировки энергоресурсов, используя современные технологии; способами систематизации и обобщения информации по вопросам профессиональной деятельности.		5
	Выполнение работы с опозданием в 2 недели. Незначительное отклонение от требований в части структурного наполнения работы. Незначительные пробелы в знаниях основных технологических терминов и формулировок. Допускает незначительные ошибки в анализе и интерпретации поставленной проблемы. Допускает незначительные ошибки в ходе ответа на вопрос при защите Реферата; незначительные неточности в формулировках.		4
	Выполнение работы более 2 недель. Грубое нарушение требований по оформлению. Значительные пробелы в знаниях основных технологических терминов и формулировок, допущение грубых ошибок, ошибки в проблеме развития нетрадиционных и возобновляемых источников энергии и их технологии. Допускает значительные пробелы в определении технологии, ошибки в ее интерпретации, ошибки в понимании сущности и проблемы развития, нетрадиционных и возобновляемых источников энергии и их технологии. Значительные пробелы в ходе описания технологии; значительные неточности при		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	защите Реферата		
	Выставляется обучающемуся, который не знает большей части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы на занятиях и экзамене.		2
Презентация	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		5
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		4
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.		3
	Работа не выполнена.		2-1
	Задания по теме практического занятия не выполнены.		0

5.3 Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен: в устной форме по билетам	<p>Билет 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие основные инновационные технологии используются в современной рекламе? 2. Каким образом искусственный интеллект влияет на эффективность рекламных кампаний? 3. Приведите примеры успешной рекламы, основанной на технологических инновациях. <p>Билет 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается роль социальных медиа в рекламной деятельности? 2. Какие особенности рекламы на платформах социальных сетей? 3. Какие тенденции в использовании социальных медиа в рекламе можно выделить? <p>Билет 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие возможности предоставляет алгоритмическая реклама? 2. Как аналитика данных помогает оптимизировать рекламные кампании? 3. Какие риски связаны с использованием искусственного интеллекта и алгоритмов в рекламе? <p>Билет 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие этические аспекты необходимо учитывать при рекламе в сферах здравоохранения и образования?

	<p>2. Как реклама может повлиять на формирование общественного мнения?</p> <p>3. Как реклама адаптируется к разным культурным контекстам, и как это может влиять на эффективность?</p> <p>Билет 5:</p> <p>1. Каким образом реклама в сфере устойчивого развития использует инновационные подходы?</p> <p>2. Как реклама может способствовать формированию позитивного образа бренда с точки зрения социальной ответственности?</p> <p>3. Какие преимущества и риски связаны с рекламой, основанной на экологических ценностях?</p> <p>Билет 6:</p> <p>1. Как важно учитывать этические нормы при создании рекламы в фармацевтической индустрии?</p> <p>2. Как реклама воздействует на формирование стереотипов красоты и самооценку?</p> <p>3. Какие тенденции в адаптации рекламы к различным сферам можно наблюдать с точки зрения этики?</p> <p>Билет 7:</p> <p>1. Как реклама благотворительных организаций основывается на этических аспектах?</p> <p>2. Какие технологии позволяют реализовать персонализированную рекламу?</p> <p>3. Как этические и технологические аспекты влияют на формирование рекламной стратегии?</p> <p>Билет 8:</p> <p>1. Как адаптация рекламы к культурным особенностям влияет на эффективность рекламной кампании?</p> <p>2. Какие преимущества и недостатки сопутствуют использованию искусственного интеллекта в рекламе?</p> <p>3. Какие факторы определяют успешность рекламной кампании в различных сферах?</p> <p>Билет 9:</p> <p>1. Как эмоциональные аспекты используются в рекламе? Какие этические ограничения существуют в этой области?</p> <p>2. Как реклама влияет на формирование потребительского поведения и образа жизни?</p> <p>3. Какие методы социологических исследований применяются для анализа эффективности рекламы в разных сферах?</p> <p>Билет 10:</p> <p>1. Каким образом реклама влияет на общественное мнение и ценности?</p> <p>2. Как реклама адаптируется к различным культурным и социальным контекстам?</p> <p>3. Какие аспекты этики особенно важны при создании рекламы в сферах здравоохранения и образования?</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5.4 Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
<p>Экзамен: в устной форме по билетам Распределение баллов по вопросам билета: 1-й вопрос: 0 –2 баллов 2-й вопрос: 0 –1,5 баллов 3-й вопрос: 0 – 1,5 баллов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Обучающийся: – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на 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; – свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, 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. 		5
	<ul style="list-style-type: none"> – 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; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, 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. – В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются 		4

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	неточности при ответе на дополнительные вопросы.		
	<ul style="list-style-type: none"> – Обучающийся: – 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; – справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. – Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. 		3
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.		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:		
- контрольная работа		2 – 5
- устная дискуссия		2 – 5
- опрос-дискуссия		2 – 5
- коллоквиум		2 – 5
- реферат с презентацией		2 – 5
Промежуточная аттестация (экзамен)		отлично хорошо
Итого за дисциплину экзамен		удовлетворительно неудовлетворительно

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проектная деятельность;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, связанных с будущей профессиональной деятельностью (Публичные лекции) поскольку они предусматривают передачу информации обучающимся, которая необходима для приобретения общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

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

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО.

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.
119071, г. Москва, Садовническая ул., д. 35	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор.
аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	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
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1	
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 осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Тимофеева О.Г.	Социологические теории социальных изменений	методическое пособие	М.: МГУДТ	2012		1
2	Голенкова З.Т.	Общая социология	учебник	М.: Гардарики	2005		1
3	Щербин В.В.	Общая социология	учебник	М.: Инфра-М	2017	http://znanium.com/catalog/author/f2ea1afd-fade-11e3-bac3-90b11c31de4c	-
4	Касьянов В.В.	Социология	учебник	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/sociologiya-517207	-
5	Головин Н.А.	Современные социологические теории	учебник и практикум для вузов	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/sovremennye-sociologicheskie-teorii-511476	-
6	Кораблева Г.Б.	Социология города. Проектирование социальных изменений в городской среде	учебное пособие для вузов	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/sociologiya-goroda-proektirovanie-socialnyh-izmeneniy-v-gorodskoy-srede-493475	-
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Маслов П.П.	Теория развития народного хозяйства: введение в социологию и политическую экономию.	учебное пособие	М.: Ленанд	2015		-
2	Викторов А.Ш.	Введение в социологию неравенства: монография	учебное пособие	М.: Канон	2015		-
3	Орехов А.М.	Институциональная социальная теория: Поймать черную кошку в темной	учебное пособие	М.: Инфра-М	2014		-

		комнате?					
4	Орехов А.М.	Социальная теория: к проблеме самоопределения и структуры	учебное пособие	М.: Инфра-М	2014		-
5	Афонин А.М., Царегородцев Ю.Н., Афолина В.Е. и др.	Креативный менеджмент: социальные, психологические и творческие аспекты экономики труда.	учебное пособие	М.: Издательство "ФОРУМ".	2015		-
6	Кондауров В.И. Страданченков А.С.	Социология	курс лекций	М.: ИНФРА-М		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=43142	-
7	Здравомыслов А.Г.	Поле социологии в современном мире	монография	М.: Логос		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468738	-
8	Тавокин Е.П.	Социологическое исследование	сборник научных трудов	М.: Слово		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=417093	-
9	Горшков М.К. Шереги Ф.Э.	Прикладная социология: методология и методы	учебное пособие	М.: Альфа-М		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=147600	-
10	Каримова А.Б.	Социология международных отношений	учебник для вузов	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/sociologiya-mezhdunarodnyh-otnosheniy-511086	
11	Кареев Н.И.	Введение в изучение социологии	учебник для вузов	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/vvedenie-v-izuchenie-sociologii-516457	
12	Ирхин В.Ю.	Политология в 2ч. Часть 1	учебник для вузов	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/politologiya-v-2-ch-chast-1-istoriya-politicheskoy-mysli-512998	

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

№ пп	Период	Номер и дата договора	Предмет договора	Партнер по договору	Ссылка на электронный ресурс	Срок действия договора
1.	2023	Приложение 1 к письму РЦНИ от 07.04.2023 г. № 574	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Wiley	РЦНИ	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2019 г. - 2022 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/	Действует по 30.06.2023 г.
2.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1948 от 29.12.2022	О предоставлении доступа к базам данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Springer Materials: https://materials.springer.com/	Действует по 29.12.2023 г.
3.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1949 от 29.12.2022	О предоставлении доступа к базам данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Springer Nature Protocols and Methods: http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols	Действует по 29.12.2023 г.
4.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1955 от 30.12.2022	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Questel SAS	РЦНИ	https://www.orbit.com/	Действует по 30.06.2023 г.
5.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1956 от 30.12.2022	О предоставлении доступа к базе данных компании The Cambridge Crystallographic Data Center	РЦНИ	https://www.ccdc.cam.ac.uk/	Действует по 31.12.2023 г.
6.	2023/2024	Договор № ПЛ-02-4/18-01.22 от 07.02.2023 г.	О предоставлении права использования программного обеспечения	ООО «Издательство Лань»	https://e.lanbook.com/	Действует до 17.02.2024 г.
7.	2022/2023	Договор № 494 эбс от 12.10.2022 г.	О предоставлении доступа к ЭБС Znanium.com	ООО «ЗНАНИУМ»	https://znanium.com/	Действует до 12.10.2023 г.
8.	2022/2023	Договор № 450-22 Е-44-5 от 05.10.2022 г.	О предоставлении доступа к образовательной платформе «ЮРАЙТ»	ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»	https://urait.ru/	Действует до 14.10.2023 г.
9.	2022/2023	Лицензионный договор SCIENCE INDEX № SIO-8076/2022 от 25.05.2022 г.	О предоставлении доступа к информационно-аналитической системе SCIENCE INDEX (включенного в научный информационный ресурс eLIBRARY.RU)	ООО НЭБ	https://www.elibrary.ru/	Действует до 25.05.2023

10.	202 2/2 023	Договор № 52-22-ЕП-223-5 Р от 18.02.2022 г. Дополнительное соглашение №1 к Договору № 52-22-ЕП-223-5 Р от 18.02.2022 г.	О предоставлении права использования программного обеспечения. О предоставлении доступа к разделам базы данных	ООО «Издательство Лань»	https://e.lanbook.com/	Действует до 18.02.2023 г.
11.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 07.04.2023 г. № 574	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Wiley	РЦНИ	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2023 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/	Ресурс бессрочный
12.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1950	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Nature journals (год издания – 2023 г. - тематическая коллекция Physical Sciences & Engineering Package): https://www.nature.com/ База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематические коллекции Physical Sciences & Engineering Package) : https://link.springer.com/	Ресурс бессрочный
13.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1949	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематическая коллекция Social Sciences Package) : https://link.springer.com/ База данных Nature Journals - Palgrave Macmillan (год издания – 2023 г. тематической коллекции Social Sciences Package) https://www.nature.com/	Ресурс бессрочный
14.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1948	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Nature journals, Academic journals, Scientific American (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package .): https://www.nature.com/ База данных Adis (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package https://link.springer.com База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.: - тематическая коллекция Life Sciences Package) : https://link.springer.com/	Ресурс бессрочный
15.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1947	О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections	РЦНИ	eBooks Collections (i.e.2023 eBook Collections, год издания - 2023. в т.ч. выпущенных в 2022 г. - тематическая коллекция Physical Sciences, Social Sciences, Life Sciences,Engineering Package):	Ресурс бессрочный

			издательства Springer Nature		http://link.springer.com/	
16.	2022	Приложение 1 к письму РФФИ от 08.08.2022 г. №1065)	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Nature journals коллекции Academic journals, Scientific American, Palgrave Macmillan (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ https://link.springer.com База данных Springer Journals: https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
17.	2022	Приложение 1 к письму РФФИ от 30.06.2022 г. № 910	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Springer Journals: https://link.springer.com/ База данных Adis Journals (выпуски 2022 г.): https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
18.	2022	Приложение 1 к письму РФФИ от 30.06.2022 г. № 909.	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Nature journals (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ База данных Springer Journals: https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
19.	2021	Приложение 1 к письму РФФИ от 17.09.2021 г. № 965	О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature	РФФИ	eBooks Collections (i.e.2020 eBook Collections): http://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
20.	2019	Приложение № 2 к письму РФФИ № 809 от 24.06.2019 г.	О предоставлении сублицензионного доступа к содержанию баз данных издательство Springer Nature	РФФИ	База данных Springer Journals (за 2019 г): https://link.springer.com/ База данных Nature journals (выпуски 2019 г.): https://www.nature.com/	Ресурс бессро чный
21.	2018	Договор № 101/НЭБ/0486-п от 21.09.2018 г.	О предоставлении доступа к «Национальной электронной библиотеке» (НЭБ)	ФГБУ РГБ	http://нэб.рф/	Ресурс бессро чный
22.	2016/2017	Приложение № 2 к письму РФФИ № 779 от 16.09.2016 г.	О предоставлении доступа к БД издательства SpringerNature (выпуски за 2016-2017 гг)	РФФИ	https://link.springer.com/ https://www.springerprotocols.com/ https://materials.springer.com/ https://link.springer.com/search?facet-content-type=%ReferenceWork%22 http://zbmath.org/ http://npg.com/	Ресурс бессро чный с 01.01.2017
23.	2016/2019	Соглашение № 2014 от 29.10.2016 г.	О предоставлении доступа к БД СМИ	ООО "ПОЛПРЕД Справочник и"	http://www.polpred.com	Ресурс бессро чный
24.	2015/2019	Договор № 101/НЭБ/0486 от 16.07.2015 г.	О предоставлении доступа к «Национальной электронной библиотеке»	ФГБУ РГБ	http://нэб.рф/	Ресурс бессро чный

25.	201 3/2 019	Соглашение № ДС-884-2013 от 18.10.2013 г.	О сотрудничестве в Консорциуме	НП НЭИКОН	http://www.neicon.ru/	Ресурс бессрочный
26.	201 3/2 019	Лицензионное соглашение № 8076 от 20.02.2013 г.	О предоставлении доступа к eLIBRARY.RU	ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)	http://www.elibrary.ru/	Ресурс бессрочный

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Наименование лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.	NeuroSolutions	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
5.	Wolfram Mathematica	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Microsoft Visual Studio	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
7.	CorelDRAW Graphics Suite 2018	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
8.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
9.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019.
10.	Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.)	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
11.	SolidWorks	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
12.	Rhinoceros	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
13.	Simplify 3D	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
14.	FontLab VI Academic	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
15.	Pinnacle Studio 18 Ultimate	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
16.	КОМПАС-3d-V 18	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
17.	Project Expert 7 Standart	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
18.	АЛЬТ-Финансы	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
19.	АЛЬТ-Инвест	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
20.	Программа для подготовки тестов Indigo	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
21.	Диалог NIBELUNG	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
22.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020

23.	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
24.	Mathcad Education - University Edition Subscription	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
25.	CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
26.	Mathematica Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
27.	Network Server Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
28.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
29.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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