

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет имени
Н.А. Добролюбова»



Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса (наименование дисциплины)

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой _____ рекламы, связей с общественностью и туризма

Учебный план

Направление подготовки _____ 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) _____ Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

Квалификация **магистр**
Форма обучения **очно-заочная**
Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 12
самостоятельная работа 95,95
контактная работа на экзамен 0,05

Виды контроля в семестрах (на курсах):

Зачет с оц. 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (Курс для заочной формы обучения)		Итого	
Неделя (для очной формы обучения)			
Вид занятий	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Лекции	4	4					4	4
Практические (в том числе интеракт.)	4	4					4	4
Семинарские (в том числе интеракт.)	4	4					4	4
Итого ауд.	12	12					12	12
Часы на контроль								
Контактная работа	12,05	12,05					12,05	12,05
Самостоятельная работа	95,95	95,95					95,95	95,95
Итого	108	108					108	108

Программу составил(и):
к.ф.н., доцент Ротанова М.Б.

Рецензент(ы):
к.соц.н., доцент, Прохорова М.В.

Рабочая программа дисциплины
Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528.

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

утвержденного Учёным советом вуза от 16.06.2022г., протокол №13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма

Протокол от 10.06.2022 г. № 13

Срок действия программы: 2022-2023 уч.г.

Зав. кафедрой кан.филос.наук, доцент Ротанова М.Б.
(уч. степень, уч. звание, Ф.И.О)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Цель освоения дисциплины: Формирование системного представления об интегрированных коммуникациях с различными субъектами с использованием оптимально количества коммуникационных каналов для усиления кумулятивного эффекта
1.2	Задачи освоения дисциплины:
1.2.1	дать комплексный анализ понятия «интегрированные коммуникации»;
1.2.2	рассмотреть основные концепции интегрированных коммуникаций;
1.2.3	продемонстрировать принцип интеграции в коммуникативном процессе;
1.2.4	проанализировать вопросы, касающиеся интегрированного комплекса коммуникаций с группами внутренней и внешней общественности лояльности к бренду;
1.2.5	рассмотреть особенности современных интегрированных онлайн и офлайн коммуникаций;
1.2.6	познакомить с классификацией BTL-коммуникаций;
1.2.7	познакомить с основными принципами интеграции ATL, BTL - инструментария.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП: <i>Б1.В.ДВ.01.01</i>	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Коммуникационный менеджмент
2.1.2	Разработка и реализация коммуникационной стратегии
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Медиапланирование в современной рекламной индустрии
2.2.2	Коммуникации в оффлайн и онлайн средах
2.2.3	Управление коммуникационными проектами
2.2.19	Производственная практика (профессионально-творческая практика)
2.2.20	Производственная практика (преддипломная практика)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	
ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	
Уровень Пороговый	Слабо выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
Уровень Высокий	с незначительными ошибками выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
Уровень Повышенный	свободно выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	
Уровень Пороговый	слабо осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Уровень Высокий	с незначительными затруднениями осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Уровень Повышенный	свободно осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
Уровень Пороговый	слабо участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Уровень Высокий	с незначительными затруднениями участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Уровень Повышен ый	свободно участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-1.4. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью.	
Уровень Пороговый	слабо контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Высокий	с незначительными ошибками контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Повышен ый	свободно контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	
ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
Уровень Пороговый	слабо знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	с незначительными ошибками знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышен ый	свободно знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-1.2. Умеет управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	
Уровень Пороговый	слабо умеет управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
Уровень Высокий	с незначительными затруднениями умеет управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
Уровень Повышен ый	свободно умеет управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем	
УК-6.1. Знает: методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации	
Уровень Пороговый	слабо знает: методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации
Уровень Высокий	с незначительными ошибками знает: методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации
Уровень Повышен ый	свободно знает: методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации
УК-6.2. Умеет: учитывать методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации	
Уровень Пороговый	слабо умеет: учитывать методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации
Уровень Высокий	с незначительными затруднениями умеет: учитывать методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации
Уровень Повышен ый	свободно умеет: учитывать методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации
УК-6.3. Владеет: навыком интерпретировать и представлять результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы.	
Уровень Пороговый	слабо владеет: навыком интерпретировать и представлять результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы.
Уровень Высокий	с незначительными затруднениями владеет: навыком интерпретировать и представлять результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы
Уровень Повышен ый	свободно владеет: навыком интерпретировать и представлять результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Объем в часах	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Принцип интеграции в коммуникативном процессе.	2/1	33	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1;	Сущность комплекса интегрированных коммуникаций и его основные составляющие
1.1	/Лек/	2/1	4	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1;	Интегрированный комплекс коммуникаций с группами внутренней и внешней общественности
1.2	/Сем/	2/1	2	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1;	
1.3	/Пр/	2/1	2	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1;	
1.4	Самостоятельная работа	2/1	25	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1;	
	Раздел 2. Особенности современных интегрированных онлайн и офлайн коммуникаций	2/1	31	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1;	Особенности использования интегрированных коммуникаций в коммерческой деятельности. Инструментарий
2.1	/Лек/	2/1	4	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1;	для проведения коммуникационных кампаний с учетом региональных и страновых медиасистем. Особенности современных интегрированных онлайн и офлайн коммуникаций. Интегративная сущность рекламы и PR
2.2	/Сем/	2/1	2	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1;	
2.3	/Пр/					
2.4	Самостоятельная работа	2/1	25	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1;	
	Раздел 3. ATL-и BTL-коммуникации. Глокализация и TTL-коммуникации как базовые тенденции современного бизнеса	2/1	38	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1; Л2.3;	Теоретические аспекты BTL-коммуникаций. BTL с точки зрения маркетинговых коммуникаций. Предпосылки формирования новых персонифицированных/адресных массовых каналов рекламных коммуникаций
3.1	/Лек/	2/1	6	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1; Л2.3;	Классификация BTL-коммуникаций. ATL, BTL и TTL в комплексе маркетинговых коммуникаций. Специфика BTL-коммуникаций. Зона влияния BTL-коммуникаций
3.2	/Сем/					
3.3	/Пр/	2/1	2	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1; Л2.3;	
3.4	Самостоятельная работа	2/1	30	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1; Л2.3;	
Зачет		2/1	6	ПК-1; ПК-3; ПК-6	Л1.1; Л2.1; Л3.1; Л2.3; Л2.2; Л2.3 ;	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
5.1. Контрольные вопросы и задания
<p>Контрольные вопросы к зачету (знания компонента):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предпосылки формирования новых персонифицированных / адресных массовых каналов рекламных коммуникаций. 2. ATL и BTL в комплексе маркетинговых коммуникаций. 3. Классификация BTL-коммуникаций. 4. Потребительские промомероприятия. 5. Торговые промомероприятия. 6. Цели и задачи consumer-маркетинга. 7. Цели и задачи trade-маркетинга. 8. Цели и задачи event-маркетинг. Объекты воздействия торгового маркетинга. 9. Программы стимулирования розницы. 10. Программы стимулирования торговых представителей. 11. Программы стимулирования on- и off-line потребителей. 12. Свойства, цели и методы ROAD SHOW.

13. Этапы планирования акций по стимулированию сбыта.
14. Влияние жизненного цикла продукта/услуги на выбор механики промособытия.
15. Разработка креативной концепции программы. Выбор эффективной механики акции. Персонал акций.
16. Отчетность и контроль акций по стимулированию сбыта. Оценка эффективности.
17. Принципы построения отношений заказчик/клиент – исполнитель/агентство.
18. Специфика деятельности BTL-агентств.
19. Категории BTL-агентств. Типы агентств.
20. Рынок BTL-услуг в России и перспективы его развития.
21. Ведущие зарубежные и отечественные BTL-агентства.
22. Государственное и этическое регулирование рынка BTL-услуг.
23. Профессиональные сообщества и общественные организации.
24. Стандарты качества индустрии BTL-коммуникаций

Пример контрольных вопросов к экзамену (деятельностная компонента):

Задание № 2. Web-квест по практическим кейсам BTL-проектов Цели:

- обобщение практических кейсов;
- проанализировать российский и зарубежный опыт BTL-коммуникаций.

Задачи:

- выбрать один из вариантов практических примеров BTL-проектов;
- систематизировать и обобщить представленный в свободном доступе материал по проблеме;
- создание базы данных по конкретному кейсу;
- подготовка выступления и презентации по выбранному кейсу.

5.2. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств представлен в Приложении 1

5.3. Перечень видов оценочных средств

Тесты, опросы, работа в группах

WEB-квест по источникам

Web-квест по практическим кейсам

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛП.1	Домнин В.Н.	Брендинг: учебник и практикум для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466112	Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 493 с.
ЛП.2	Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г.	Брендинг: учебник для бакалавров Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425868	Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 331 с.
ЛП.3	Чернышева А.М., Якубова Т.Н.	Брендинг: учебник Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/426128	Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 504 с.

6.1.2. Дополнительная литература

(литература из электронных ресурсов и печатные варианты из библиотеки НГЛУ)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛП.1	Колышкина Т.Б., Маркова Е.В., Шустина И.В.	Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/429158	Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 262 с.
ЛП.2	Музыкант В.Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов. Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451340	Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 342 с.
ЛП.3	Пономарёва, Е.А.	Бренд-менеджмент: учебник и практикум для вузов Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450623	Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 341 с.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Российская государственная библиотека (электронный каталог): http://www.rsl.ru
Э2	электронная библиотека Библиоклуб: http://biblioclub.ru/
Э3	научная электронная библиотека КиберЛенинка: http://cyberleninka.ru
Э4	библиотека Гумер: http://www.gumer.info/
Э5	научная электронная библиотека: https://www.elibrary.ru/defaultx.asp

6.3. Перечень программного обеспечения

6.3.1.	Microsoft Windows 7, 10
--------	-------------------------

6.3.2.	Microsoft Office - Word - Excel - Access - Power Point - Outlook
6.3.3.	Adobe Acrobat Reader DC
6.3.4.	ABBYY FineReader 11
6.3.5.	Microsoft Edge
6.3.6.	Mozilla Firefox
6.3.7.	Google Chrome
6.3.8.	CorelDraw
6.3.9.	Adobe InDesign cs 6
6.3.10	Adobe Photoshop
6.3.11	Open Broadcaster Software (OBS Studio)
6.3.12	ZOOM
6.3.13	Система «Антиплагиат»
6.3.14	Антивирус Касперского
6.4. Перечень информационных справочных систем	
6.4.1	http://www.biblioclub.ru – Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE»
6.4.2	http://www.elibrary.ru/ - Научная электронная библиотека (НЭБ)
6.4.3	Справочная правовая система «Консультант Плюс»
6.4.4	http://www.rsl.ru/ - Российская государственная библиотека (электронный каталог)

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.
7.2	Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>В дисциплине «<i>Интегрированные коммуникации</i>» практические занятия требуют от студента интенсивной работы во время лекций и вне аудитории, а именно:</p> <ul style="list-style-type: none"> - внимательного конспектирования лекций с подробным фиксированием основных ее положений, формулировок определений центральных понятий лингвистики, иллюстративных фактов; - тщательной проработки темы предыдущей лекции для ответа на вопросы преподавателя, заданные с целью повторения пройденного материала; - участия в дискуссиях, инициированных преподавателем; - самостоятельного решения практических задач; - подготовки сообщений на основе рекомендуемой дополнительной литературы и с привлечением Интернет-ресурсов; - осуществления самоконтроля знаний и применения этих знаний на практических занятиях по специальным дисциплинам. <p>На практические занятия выносятся ключевые темы курса или наиболее сложные проблемы, которые требуют дополнительной проработки. Цель практических занятий - закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях; развитие умений самостоятельной работы с учебной и научной литературой, навыков устной научной коммуникации; развитие навыков анализа языкового материала и решения частных лингвистических проблем.</p> <p>Подготовка к практическому занятию включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение соответствующих лекций и разделов рекомендуемых учебников и дополнительной литературы; - выполнение конспекта первоисточников; - подготовку устных и письменных сообщений, докладов по избранной теме. Участие в практическом занятии включает: - активное участие студентов в обсуждении вопросов по плану занятия, в дискуссиях; - аргументирование собственной точки зрения по тому или иному вопросу; - формулирование выводов по теоретической проблеме; - фиксирование наиболее сложных положений и обсуждаемых проблем. Самостоятельная работа завершает задачи всех видов учебной работы. Самостоятельная работа способствует: - углублению и расширению знаний; - формированию интереса к познавательной деятельности; - овладению приемами процесса познания; - развитию познавательных способностей. <p>Проведение учебных занятий в интерактивной форме обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств. Преподавание дисциплины осуществляется на основе следующих результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной</p>	

9. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В процессе преподавания дисциплины обеспечивается соблюдение следующих специальных условий:

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации электронной-информационной образовательной среде Университета;
- применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения (опора на определенные и точные понятия, использование для иллюстрации конкретных примеров, применение вопросов для мониторинга понимания, разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки, увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала);
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
- обеспечение беспрепятственного доступа в специальные помещения (учебные аудитории, помещения для самостоятельной работы и др.), а также пребывания них;
- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).

В процессе преподавания дисциплины используются адаптационные и вспомогательные технологии, такие как:

а) *технологии здоровьесбережения*: обеспечиваются соблюдением ортопедического режима (использование ходунков, инвалидных колясок, трости), регулярной сменой положения тела в целях нормализации тонуса мышц спины, профилактикой утомляемости, соблюдение эргономического режима и обеспечением архитектурной доступности среды (окружающее пространство, расположение учебного инвентаря и оборудования аудиторий обеспечивают возможность доступа в помещении и комфортного нахождения в нём).

б) *ИКТ технологии*: обеспечены возможностью применения ПК и специализированных индивидуальных компьютерных средств (специальные клавиатуры, мыши, компьютерная программа «виртуальная клавиатура» и др.).

в) *Использование возможностей электронной информационно образовательной среды Университета*:

г) *технологии индивидуализации обучения*: обеспечиваются возможностью применения индивидуальных устройств и средств, ПК, учётом темпов работы и утомляемости, предоставлением дополнительных консультаций.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

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

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle).

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья широко используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа.

Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

Для самостоятельной работы инвалидов и лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются стационарные специальные технические средства: рабочее место пользователя с нарушением двигательных функций с альтернативными устройствами ввода информации с джойстиком компьютерным, выносными кнопками мыши, большой программируемой клавиатурой Клавинта, рабочее место пользователя с нарушением двигательных функций с адаптированной мышкой (головной), выносными кнопками мыши.

При проведении процедуры текущего контроля результатов обучения по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме)

б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в электронной форме);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, устно).

В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:

- предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
 - возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;
 - увеличение продолжительности проведения аттестации;
- возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем).