

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»



Утверждаю
Декан СПФ

 Т.В. Поштарева

«19» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Экономика рекламных и PR-агентств»


Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация выпускника бакалавр
Форма обучения очная, заочная

год начала подготовки – 2023


Разработана
канд. эконом. наук, доцент
кафедры СГД

 А.В. Мармоза

Согласована
Заведующий кафедрой СГД

 Е.В. Смирнова

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
от «19» мая 2023 г.
протокол № 9

 Е.В. Смирнова

Одобрена
на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
от «19» мая 2023 г.
протокол № 9

Председатель УМК
 Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2023 г.

Содержание

	Стр.
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	3
5. Содержание и структура дисциплины	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Структура дисциплины	5
5.3. Занятия семинарского типа	5
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)	6
5.5. Самостоятельная работа	6
6. Образовательные технологии	6
7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	7
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	7
8.1. Основная литература	7
8.2. Дополнительная литература	7
8.3. Программное обеспечение	7
8.4. Профессиональные базы данных	7
8.5. Информационные справочные системы	7
8.6. Интернет-ресурсы	8
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	8
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	13
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	13
Приложение к рабочей программе дисциплины	15

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов компетентности в области основ теории экономики рекламных и PR-агентств, а также навыков выявления закономерных тенденций в социально-экономическом развитии общества и организации работы рекламных и PR-агентств.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Экономика рекламных и PR-агентств» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.Б.24) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
	Инновации в рекламной деятельности
	Разработка и проведение рекламной кампании
	Разработка рекламного продукта
	Маркетинг в рекламе и PR
	Производственная практика
	Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Использует базовые принципы и законы экономики при принятии решений в различных областях жизнедеятельности	Знает базовые экономические принципы и законы Знает основы системы экономических отношений на микро- и макроуровне; Умеет использовать экономические знания для анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач; Владет навыками анализа экономических процессов и явлений, происходящих в обществе
	УК-9.2. Применяет методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами	Знает методы экономического и финансового планирования; финансовые инструменты для управления личными финансами Умеет использовать финансовые инструменты для управления личными финансами Владет навыками анализа финансовой информации в зависимости от поставленных задач
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Выявляет и учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	Знать специфику работы рекламных и PR-агентств в контексте тенденций развития медиакоммуникационных систем, региона, страны и мира. Уметь выявлять особенности экономики рекламных и PR-агентств, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования. Владеть навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		5
Контактная работа (всего)	32,5	32,5
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	10
из них	-	-
- лекции	10	10
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20
из них	-	-
- практические занятия (ПР)	20	20
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
Самостоятельная работа (всего) (СР)	75,5	75,5
в том числе:	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	49	49
Подготовка к аттестации	26,5	26,5
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		5
Контактная работа (всего)	6,5	6,5
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	2	2
из них	-	-
- лекции	2	2
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	4	4
из них	-	-
- практические занятия (ПР)	4	4
3) промежуточная аттестация	0,5	0,5
Самостоятельная работа (всего) (СР)	101,5	101,5
в том числе:	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	93	93
Подготовка к аттестации	8,5	8,5
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
---	-----------------------------	---------------------------

раздела (темы)		
1.	Предприятие в условиях рыночной экономики	<p>Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности. Среда функционирования рекламных и PR-агентств</p> <p>Конкурентоспособность продукции.</p> <p>Виды и формы предпринимательской деятельности.</p> <p>Специфика работы рекламных и PR-агентств в контексте тенденций развития медиакоммуникационных систем, региона, страны и мира. Базовые экономические принципы и законы. Основы системы экономических отношений на микро- и макроуровне.</p>
2.	Производственные ресурсы рекламных и PR-агентств	<p>Основные фонды и производственные мощности рекламных и PR-агентств.</p> <p>Оборотные средства и оборотные фонды рекламных и PR-агентств</p> <p>Трудовые ресурсы рекламных и PR-агентств.</p> <p>Организация, нормирование и оплата труда рекламных и PR-агентств.</p>
3.	Экономический механизм управления рекламных и PR-агентств	<p>Рыночная модель рекламных и PR-агентств.</p> <p>Механизм управления рекламных и PR-агентств. Организационная структура.</p> <p>Экономические методы принятия управленческих решений.</p> <p>Реструктуризация рекламных и PR-агентств в условиях рыночной экономики.</p> <p>Интегрированные корпоративные информационные системы рекламных и PR-агентств.</p> <p>Управление персоналом рекламных и PR-агентств.</p> <p>Планирование рекламных и PR-агентств: стратегическое, текущее, оперативное. Маркетинговая деятельность рекламных и PR-агентств.</p> <p>Снабжение и логистика рекламных и PR-агентств.</p> <p>Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p>
4.	Инновационная и инвестиционная деятельность рекламных и PR-агентств	<p>Факторы развития рекламных и PR-агентств.</p> <p>Инновационная деятельность рекламных и PR-агентств.</p> <p>Инвестиционная деятельность рекламных и PR-агентств.</p> <p>Качество продукции и техническое регулирование.</p>
5.	Финансовые ресурсы рекламных и PR-агентств	<p>Особенности экономики рекламных и PR-агентств, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования.</p> <p>Собственные и заемные средства рекламных и PR-агентств.</p> <p>Расходы и доходы рекламных и PR-агентств. Издержки производства, валовой доход, прибыль, себестоимость.</p> <p>Ценовая политика рекламных и PR-агентств. Риск в деятельности рекламных и PR-агентств. Учет и отчетность рекламных и PR-агентств.</p> <p>Анализ финансовой отчетности. Налогообложение рекламных и PR-агентств. Методы экономического и финансового планирования; финансовые инструменты для управления личными финансами.</p>

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					СР
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	
1	Предприятие в условиях рыночной экономики	14	2	-	4	-	8
2	Производственные ресурсы рекламных и PR-агентств	14	2	-	4	-	8
3	Экономический механизм управления рекламных и PR-агентств	17	2	-	4	-	11
4	Инновационная и инвестиционная деятельность рекламных и PR-агентств	21	2	-	6	-	11
5	Финансовые ресурсы рекламных и PR-	13	2	-	2	-	11

	агентств						
	Общий объем	108	10	-	20	-	49

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					СР
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	
1	Предприятие в условиях рыночной экономики	21	2	-	-	-	18
2	Производственные ресурсы рекламных и PR-агентств	17	-	-	2	-	18
3	Экономический механизм управления рекламных и PR-агентств	21	-	-	2	-	19
4	Инновационная и инвестиционная деятельность рекламных и PR-агентств	21	-	-	-	-	19
5	Финансовые ресурсы рекламных и PR-агентств	19	-	-	-	-	19
6	Промежуточная аттестация	0,5	-	-	-	-	
7	Подготовка к аттестации (дифференцированный зачет)	8,5					
	Общий объем	108	2	-	4	-	93

5.3. Занятия семинарского типа

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	ПР	Предприятие в условиях рыночной экономики	4
2	2	ПР	Производственные ресурсы рекламных и PR-агентств	4
3	3	ПР	Экономический механизм управления рекламных и PR-агентств	4
4	4	ПР	Инновационная и инвестиционная деятельность рекламных и PR-агентств	6
5	5	ПР	Финансовые ресурсы рекламных и PR-агентств	2
Общий объем				20

Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	ПР	Производственные ресурсы рекламных и PR-агентств	2
2	3	ПР	Экономический механизм управления рекламных и PR-агентств	2
Общий объем				4

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) *(не предусмотрено)*

5.5. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1 - 5	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка презентаций по теме Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	49
1 - 5	Подготовка к аттестации	26,5

Заочная форма обучения

№ раздела	Виды самостоятельной работы	Количество
-----------	-----------------------------	------------

(темы)		часов
1 - 5	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка презентаций по теме Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	93
1 - 5	Подготовка к аттестации	8,5

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (практические задания, игровые упражнения)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
1.	ПР	Практическое задание	2
2.	ПР	Практическое задание	2

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
1.	ПР	Практическое задание	2
3.	ПР	Практическое задание	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов
-	-	-	-

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

Перечень типовых практических заданий

Задание 1.

Распределите наиболее известные товары и услуги по видам спроса. Ответьте на вопросы:

1. Что общего и различного у понятий «рынок» и «бизнес»?
2. Чем различаются товар и услуга?
3. Из каких элементов состоит маркетинг-микст?
4. Какие существуют виды цены?
5. Какие вы знаете виды спроса?

Задание 2.

Зная особенности экономики рекламных и PR-агентств, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, опишите три основных уровня системы управления сферой услуг на примере конкретной компании на ваш выбор.

Задание 3.

У вас рекламное агентство. Раскройте специфику общенаучных, аналитико-прогностических методов, методических приемов организации рыночных исследований сферы рекламных услуг.

Задание 4.

Выполните STEP- и SWOT-анализ вашей коммерческой структуры с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Ваша цель - обосновать рыночную устойчивость вашей фирмы в целевом сегменте сбыта корпоративных услуг с учетом и оценкой факторов внутренней и внешней рыночной среды.

Задание 5.

Опишите репутационную позицию вашей компании в кризисной ситуации по плану:

Что случилось?

Кто виноват?

Что компания собирается делать?

Задание 6.

Проанализируйте специфику работы рекламных и PR-агентств в контексте тенденций развития медиакоммуникационных систем, региона, страны и мира. Составьте сравнительную таблицу.

Задание 7.

Выявите особенности экономики рекламных и PR-агентств, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования. Обозначьте базовые признаки.

Задание 8.

Охарактеризуйте тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Составьте сравнительную таблицу.

Задание 9. Рыночный спрос на труд описывается формулой $L = 70 - W$, а рыночное предложение: $L = 4W - 30$, (L – объем использования труда, W – ставки заработной платы). Государство устанавливает минимальный размер оплаты труда 30. Нарисуйте кривые спроса на труд и его предложения и определите равновесный уровень заработной платы и занятости. Определите уровень вынужденной безработицы.

Задание 10. Умея использовать экономические знания для анализа социально значимых проблем и процессов, происходящих в макроэкономике, необходимо рассчитать: а) предельную склонность к потреблению; б) предельную склонность к сбережениям; в) среднюю склонность к потреблению; г) среднюю склонность к сбережениям; д) абсолютный уровень потребления; е) абсолютный уровень сбережений. Линейное уравнение потребления в гипотетической экономике имеет вид: $C = 40 + 0,8Y$. Доход равен 400 млрд ден. ед.

Задание 11. Анализ социально значимых проблем и процессов, происходящих в макроэкономике, потребовал рассчитать величину потенциального ВВП страны, при фактической безработице в размере 7%, естественной безработице – 5%, фактическом объеме ВВП – 82 млрд. евро, коэффициенте Оукена – 2,5.

Задание 12. ТД «Merlis», специализируется на выпуске повседневной женской одежды: костюмов и платьев, а также выпускает линейку от-кутюр, имея разную рентабельность продаж по каждому из перечисленных товаров. На основе данных таблицы определите, какую продукцию необходимо рекламировать в большой степени. Менеджер фирмы по рекламе решил большую часть рекламного бюджета направить на финансирование рекламы линии от-кутюр. Прав ли он? Ответы обоснуйте. Составьте рекламный бюджет по направлениям расходования средств.

Показатели	Платья	Костюмы	От-кутюр
Выпуск, тыс. шт.	210	120	254
Объем продаж, тыс. шт.	185	70	242
Рентабельность продаж, %	23	30	20

Критерии и шкала оценки решения практического задания

Оценка	Критерии
--------	----------

Отлично	<i>Отлично</i> ставиться, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся, демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставиться, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

Перечень типовых тестовых заданий

Тест № 1

- Какой этап системы экспресс-анализа включает в себя определение целей по выходу на рынок, формирование имиджа фирмы?
 - начальный
 - аналитический
 - подготовительный
- Какую форму приобретает маркетинг при многоплановом взаимодействии фирмы с общественностью?
 - социально-экономическую
 - социально-этическую
 - социально-психологическую
- Средства ПР помогают подтолкнуть аудиторию к совершению действий по схеме:
 - заинтересованность-действие-покупка
 - действие – покупка - эмоции
 - эмоции - действие - покупка
- Исходя из специфики работы рекламных и PR-агентств в контексте тенденций развития медиакоммуникационных систем, региона, страны и мира, микросегментация рынка включает:
 - сегментацию по выгодам
 - психологическую сегментацию
 - толерантную сегментацию
- Комплексная модель рыночного взаимодействия с партнерами, связанная с движением товара, обменом информацией – это...
 - система спроса и предложения
 - коммуникации в маркетинге
 - товародвижение
- Какое из полей не входит в число основных элементов рыночного пространства?

- а) пространственное
 - б) ценовое
 - в) информационное
7. Успех маркетинговых проектов зависит от...
- а) развития российского бизнеса
 - б) своевременного установления связей с общественностью
 - в) предупреждения вредных слухов и предвзятостей
8. Назовите сферы, где PR и маркетинг особенно тесно связаны между собой?
- а) публицити товара
 - б) PR - реклама
 - в) участие в выставках
9. Первое, что необходимо сделать рекламным и PR-агентствам в процессе организации системы маркетинговых коммуникаций?
- а) проанализировать бюджет
 - б) составить обращение и выбрать средство его распространения
 - в) выявить целевую аудиторию
10. Какая сегментация не имеет отношения к потребительским рынкам?
- а) описательная
 - б) сегментация по выгодам
 - в) психологическая
 - г) поведенческая
11. Какие критерии присущи социально-культурной сегментации?
- а) активность личности
 - б) мнения
 - в) уровень пользования товаром
 - г) чувствительность к факторам маркетинга
 - д) фазы жизненного цикла семьи
12. Потребитель – это...
- а) лицо, приобретающее и использующее товары, услуги
 - б) гражданин, использующий услуги и товары для нужд, связанных с получением прибыли
 - в) гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести (заказывающий, приобретающий) товары, услуги исключительно для личных нужд
13. Одним из требований, предъявляемых к товарной информации, является...
- а) доступность
 - б) дешевизна
 - в) красочность
14. Назовите три вида товарной информации.
- а) основополагающая, словесная, потребительская
 - б) основополагающая, коммерческая, потребительская
 - в) словесная, цифровая, коммерческая
15. Какие требования не являются основными к товарной информации?
- а) достоверность
 - б) доступность
 - в) полнота
 - г) обоснованность
16. Для чего предназначены средства товарной информации?
- а) для доведения сведений о товаре, его характеристиках до пользователей
 - б) для оперативной работы контролирующих служб
 - в) для быстрой выкладки товаров на прилавки
17. Какие документы включают в себя информационные ресурсы?
- а) нормативные и технические
 - б) коммерческие и сопроводительные
 - в) технические и сопроводительные
18. Какие документы имеют решающее значение при осуществлении контроля финансово-хозяйственной деятельности рекламных и PR-агентств?
- а) товарно-накладные
 - б) товарно-сопроводительные
 - в) товарно-технические
19. Товарно-сопроводительные документы (ТСД) – это...

- а) документы, содержащие правила, принципы определенных видов деятельности
 - б) документы, содержащие необходимую и достаточную информацию для идентификации грузов на всем пути товародвижения
 - в) документы, содержащие необходимую информацию по эксплуатации отправленных грузов
20. На какие виды делятся товарно-сопроводительные документы?
- а) количественные, качественные, технические
 - б) количественные, качественные, расчетные, комплексные
 - в) расчетные, качественные
21. К количественным ТСД относятся:
- а) заборные листы
 - б) акты списания
 - в) накладные

Тест № 2

1. Деньги возникли потому, что:
- А Люди договорились об их необходимости;
 - В Это требовали условия обмена товарами;
 - С Удобнее пользоваться деньгами, чем их суррогатами;
 - Д Деньги придают обмену регулярный характер;
2. Если экономика исследуется как целостная система. То это анализ:
- А Микроэкономический;
 - В Макроэкономический;
 - С Мегэкономический;
 - Д Мезоэкономический;
3. Рынок является равновесным, если:
- А Цена, издержки плюс прибыль;
 - В Покупатель готов платить самую низкую цену;
 - С Производитель готов продать по самой низкой цене;
 - Д Спрос равен предложению;
4. Факторы производства – это:
- А Традиционные;
 - В Исползованные;
 - С Применяемые;
 - Д Будущие ресурсы производства;
5. Производство как экономическая категория обозначает:
- А Место, где трудится человек;
 - В Одну из сторон жизни общества;
 - С Процесс взаимодействия людей с природой, в котором она приспособляется для удовлетворения их потребностей;
 - Д Непосредственно работает на конечного потребителя;
6. Какая из характеристик не относится к рыночной экономики:
- А Конкуренция;
 - В Централизованное планирование;
 - С Частная собственность;
 - Д Свобода предпринимательского выбора;
7. Закон спроса характеризует:
- А Прямую зависимость величины спроса от цены;
 - В Обратную зависимость величины спроса от цены;
 - С Снижение цены при превышении предложения над спросом;
 - Д Сравнение цены при превышении предложения над спросом;
8. Когда экономические проблемы решаются частично рынком, частично правительством, то экономика:
- А Командная;
 - В Традиционная;
 - С Рыночная;
 - Д Смешанная;
9. Закон предложения проявляется при условии роста цен и неизменности прочих факторов:
- А В росте величины предложения;
 - В В снижении цены предложения;
 - С В увеличении общего количества товаров;

- D В уменьшении общего количества товаров;
10. «Факторы» отличаются от ресурсов тем, что они:
- A Применяются в производстве в меньшем количестве;
- B Имеют другой состав элементов;
- C Принадлежат определенным объектам;
- D Существуют только соединяясь друг с другом;
11. Какие показатели не характеризуют национальную экономику:
- A Прибыль отдельной фирмы;
- B Валовой национальный продукт;
- C Валовой внутренний продукт;
- D Чистый национальный продукт;
12. Инфляция – это:
- A Обесценивание денег;
- B Спад производства;
- C Снижение объёмов инвестиций;
- D Рост ссудного капитала;
13. Издержки – это:
- A Финансовые средства предприятий;
- B Конечный финансовый результат деятельности предприятия;
- C Затраты труда и рабочей силы;
- D Затраты в денежной форме, обусловленные расходом разных видов экономических ресурсов;
14. Национальная экономика – это:
- A Экономика отдельной фирмы;
- B Экономика отдельной отрасли;
- C Экономика как целостная система;
- D Все ответы верны;
15. Товар – это:
- A Продукт, произведенный для потребления;
- B Продукт, произведенный для обмена;
- C Продукт являющийся общим эквивалентом;
- D Все ответы верны;

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Тестовые задания оцениваются с помощью коэффициента усвоения КУ = А:Р,

где А - число правильных ответов в тесте,

Р - общее число ответов

Коэффициент, КУ	Оценка
0, 8-1	отлично
0,68-0,86	хорошо
05,-0,67	удовлетворительно
Меньше 0,5	неудовлетворительно

Перечень типовых тем презентаций

1. Особенности современной экономики рекламных и PR-агентств.
2. Сравнительный анализ экономик обществ индустриального и постиндустриального типа.
3. Среда функционирования рекламных и PR-агентств.
4. Механизмы лоббирования в современной социально-экономической системе.
5. Проблемы социальной ответственности бизнеса.
6. Сравнительный анализ понятий “социально ответственный бизнес” и “социально-этический маркетинг”.
7. Особенности организационной культуры в рекламных/ PR-агентствах.
8. Фирменный стиль рекламных/ PR-агентств.
9. Карьерная мотивация в рекламе и PR.
10. Структура формальной и неформальной коммуникации в рекламных/ PR-агентствах.
11. Роль PR в консалтинговой деятельности.
12. Стадии выбора консалтингового агентства клиентом.
13. Стратегии работы PR-консультанта с потенциальным клиентом.

14. Основные принципы взаимодействия организации со СМИ и общественностью в условиях кризиса.
15. Особенности работы кризисного пресс-атташе организации.
16. Рыночная модель рекламных и PR-агентств.
17. Факторы развития рекламных и PR-агентств.
18. Риски в деятельности рекламных и PR-агентств.
19. Оценка эффективности на уровне воздействия рекламных и PR-агентств на целевую аудиторию.
20. Инновационная деятельность рекламных и PR-агентств.
21. Современные модели рыночной экономики.
22. Закон спроса и особенности его проявления в современной экономике.
23. Закон предложения и особенности его проявления в современной экономике.
24. Показатели эластичности и их применение на практике.
25. Характеристика и модель потребительского поведения в современной России.

Критерии и шкала оценки исполнения презентации

Оценка	Критерии
Отлично	Отлично ставится, если содержание работы полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять презентацию. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Содержание работы полностью соответствует выбранной тематике. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Студент продемонстрировал в полном объеме: необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продemonстрирован личный вклад студента в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
Хорошо	Хорошо ставится, если содержание работы достаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить презентацию, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Достаточно полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний учебного материала и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Достаточно обоснование возможности практического использования полученных данных. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе содержание работы недостаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Недостаточно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Научная терминология используется недостаточно, выводы недостаточно обоснованы. Студент, обнаруживший знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Личный вклад студента в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При неудовлетворительном ответе содержание работы не соответствует заданию. Выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении презентации. Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний, допущены большие неточности, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем творческого продукта. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности.
2. Специфика работы рекламных и PR-агентств в контексте тенденций развития медиакоммуникационных систем, региона, страны и мира.
3. Среда функционирования рекламных и PR-агентств
4. Конкурентоспособность продукции.
5. Виды и формы предпринимательской деятельности.
6. Основные фонды и производственные мощности рекламных и PR-агентств.
7. Оборотные средства и оборотные фонды рекламных и PR-агентств
8. Трудовые ресурсы рекламных и PR-агентств.
9. Организация, нормирование и оплата труда рекламных и PR-агентств.
10. Рыночная модель рекламных и PR-агентств.
11. Механизм управления рекламных и PR-агентств.
12. Организационная структура.
13. Экономические методы принятия управленческих решений.
14. Реструктуризация рекламных и PR-агентств в условиях рыночной экономики с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
15. Интегрированные корпоративные информационные системы рекламных и PR-агентств.
16. Управление персоналом рекламных и PR-агентств.
17. Планирование рекламных и PR-агентств: стратегическое, текущее, оперативное.
18. Маркетинговая деятельность рекламных и PR-агентств.
19. Снабжение и логистика рекламных и PR-агентств.
20. Факторы развития рекламных и PR-агентств.
21. Зарождение, основные этапы и направления развития экономики.
22. Предмет, структура, функции экономики. Экономические агенты (рыночные и нерыночные).
23. Методология и методы экономики.
24. Потребности, экономические блага, их классификация.
25. Ресурсы и их виды. Факторы производства.
26. Ограниченность ресурсов. Кривая производственных возможностей.
27. Базовые экономические принципы построения экономических систем.
28. Основные формы и модели организации хозяйственной жизни. Натуральное хозяйство и товарное производство.
29. Возникновение, сущность, функции, структура, преимущества и ограниченность рынка.
30. Спрос. Базовые экономические законы: закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Эластичность спроса.
31. Предложение. Базовые экономические законы: закон предложения. Факторы, влияющие на предложение. Эластичность предложения.
32. Равновесие спроса и предложения. Механизмы установления равновесия при мгновенной, краткосрочной и долгосрочной динамике рыночной конъюнктуры.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии ответа
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие вопросов. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении содержания вопроса используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.

Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.
----------------------------	---

Типовые задания для промежуточной аттестации

Контрольные вопросы для устного опроса и перечень практических заданий

Перечень практических заданий

Задание 1.

Выделите особенности экономики рекламных и PR-агентств, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, и основные уровни системы управления сферой услуг на примере конкретного рекламного агентства на ваш выбор.

Задание 2.

Перечислите виды спроса. Распределите по видам спроса следующие товары и услуги:

- алкогольная продукция;
- канцелярские товары;
- кондитерские изделия;
- парфюмерная продукция;
- стоматологические услуги;
- полиграфические услуги;
- экскурсионные услуги.

Задание 3.

Проанализируйте основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и проведите SWOT-анализ любого рекламного или PR-агентства на ваш выбор. Цель – выявить сильные и слабые стороны конкретного рекламного или PR-агентства и обосновать условия его рыночной устойчивости с учетом и оценкой факторов внутренней и внешней рыночной среды организации.

Задание 4.

Проанализируйте специфику работы рекламных и PR-агентств в контексте тенденций развития медиакоммуникационных систем, региона, страны и мира. Составьте сравнительную таблицу.

Задание 5.

Выявите особенности экономики рекламных и PR-агентств, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования. Обозначьте базовые признаки. Приведите примеры деятельности конкретных рекламных и PR-агентств в вашем регионе.

Задание 6.

Охарактеризуйте тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Составьте сравнительную таблицу.

Задание 7. Умея использовать экономические знания для анализа социально значимых проблем и процессов:

а) Вычислите параметры равновесия на рынке данного товара. б) Государство установило на данный товар фиксированную цену в три денежные единицы за единицу товара. Охарактеризуйте последствия такого решения.

Условия: Спрос и предложения товара описаны уравнениями: $Q_d = 2500 - 200P$, $Q_s = 1000 + 100P$.

Задание 8. Умея использовать финансовые инструменты для управления личными финансами определите какую минимальную сумму придется потратить на билеты семье из 4 человек, мамы, папы и двоих детей, приехавших в город N на 5 дней, и планирующих совершать по 10 поездок на метро каждый день., если в городе N следующие тарифы:

Взрослый билет на одну поездку, руб.	40
Детский билет на одну поездку, руб.	20
Безлимитный проездной на день для одного человека, руб.	350
Безлимитный проездной на день для группы до 5 человек, руб.	1500
Безлимитный проездной на три дня для одного человека, руб.	900
Безлимитный проездной на три дня для группы до 5 человек, руб.	3500

Задание 9. Владея навыками анализа экономических процессов и явлений, происходящих на предприятии, необходимо рассчитать его бухгалтерскую (PFбух.) и экономическую прибыль (PFэк). Выручка от реализации фирмы "Союз" составляет 20 000руб. Явные издержки составляют: сырьё - 7000 руб., материалы - 2000 руб., электроэнергия - 500 руб., зарплата служащим и работникам - 5000 руб. Неявные затраты включают в себя: эксплуатацию легкового транспорта, принадлежащего владельцу т/с - 1200 руб., аренда помещения - 800 руб.

Задание 10. Владея навыками анализа финансовой информации, необходимо определить величину дохода каждого члена семьи. Семья Ивановых решила помочь нуждающимся гражданам и запланировала перечислять каждый месяц 1/100 зарплаты в Благотворительный фонд. Сколько получает каждый член семьи, если папа ежемесячно перечисляет 380 руб., мама – 250 руб., бабушка – 200 руб., бабушка – 97 рублей?

Контрольные вопросы к устному опросу на экзамене

1. Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности.
2. Специфика работы рекламных и PR-агентств в контексте тенденций развития медиакоммуникационных систем, региона, страны и мира.
3. Среда функционирования рекламных и PR-агентств.
4. Конкурентоспособность продукции.
5. Виды и формы предпринимательской деятельности.
6. Основные фонды и производственные мощности рекламных и PR-агентств.
7. Оборотные средства и оборотные фонды рекламных и PR-агентств
8. Трудовые ресурсы рекламных и PR-агентств.
9. Организация, нормирование и оплата труда рекламных и PR-агентств.
10. Рыночная модель рекламных и PR-агентств.
11. Механизм управления рекламных и PR-агентств.
12. Организационная структура.
13. Экономические методы принятия управленческих решений.
14. Реструктуризация рекламных и PR-агентств в условиях рыночной экономики с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
15. Интегрированные корпоративные информационные системы рекламных и PR-агентств.
16. Управление персоналом рекламных и PR-агентств.
17. Планирование рекламных и PR-агентств: стратегическое, текущее, оперативное.
18. Маркетинговая деятельность рекламных и PR-агентств.
19. Снабжение и логистика рекламных и PR-агентств.
20. Факторы развития рекламных и PR-агентств.
21. Инновационная деятельность рекламных и PR-агентств.
22. Инвестиционная деятельность рекламных и PR-агентств.
23. Качество продукции и техническое регулирование.
24. Собственные и заемные средства рекламных и PR-агентств.
25. Расходы и доходы рекламных и PR-агентств.
26. Издержки производства, валовой доход, прибыль, себестоимость.
27. Ценовая политика рекламных и PR-агентств.
28. Риск в деятельности рекламных и PR-агентств.
29. Учет и отчетность рекламных и PR-агентств.
30. Анализ финансовой отчетности.
31. Налогообложение рекламных и PR-агентств.
32. Особенности экономики рекламных и PR-агентств, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
33. Потребности и их классификация. Пирамида Маслоу.
34. Экономические блага и их классификация.
35. Ресурсы и факторы производства. Проблема ограниченности ресурсов.
36. Базовые экономические принципы построения экономических систем.
37. Основные формы и модели организации хозяйственной жизни.
38. Натуральное хозяйство и его черты.
39. Товарное производство и его особенности.
40. Рынок: возникновение, сущность, черты.
41. Структура рынка: понятие, базовые экономические принципы, классификация.
42. Спрос. Базовые экономические законы: закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Эластичность спроса.
43. Предложение. Базовые экономические законы: закон предложения. Факторы, влияющие на предложение. Эластичность предложения.

– Критерии и шкала оценки экзамена по дисциплине

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета,

	так и на дополнительные; обучающийся свободно владеет научной терминологией; ответ структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов по вопросу билета; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок; ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; обучающийся демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Обучающийся демонстрирует умение свободно выполнять практическое задание; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных.
Хорошо	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; содержание билета раскрывается, но имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы; имеющиеся в ответе несущественные фактические ошибки, обучающийся способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; недостаточно логично изложен вопрос; обучающийся не может назвать авторов той или иной теории по вопросу билета; ответ прозвучал недостаточно уверенно; обучающийся не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики. Обучающийся демонстрирует умение успешно выполнить задание, при этом допущены две-три несущественные ошибки, исправленные по требованию преподавателя, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы.
Удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если содержание билета раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета; программные материалы в основном излагаются, но допущены фактические ошибки; обучающийся не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; обучающийся не может привести пример для иллюстрации теоретического положения; отсутствует понимание излагаемого материала, материал слабо структурирован; у обучающегося отсутствуют представления о межпредметных связях. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, выводы не обоснованы.
Неудовлетворительно	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обнаружено незнание или непонимание предмета изучения дисциплины; содержание вопросов билета не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые обучающийся не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена обучающийся затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

1. Васильев, В. П. Экономика : учебник и практикум для вузов / В. П. Васильев, Ю. А. Холоденко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 316 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13155-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449309>.
2. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия) : учебник и практикум для вузов / В. В. Коршунов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 347 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11583-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449889>.

8.2. Дополнительная литература

1. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Лашко, С. И. Международный бизнес. PR и рекламное дело : учебное пособие / С. И. Лашко, И. О. Пастухова. — Краснодар : Южный институт менеджмента, 2011. — 235 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/25973.html>

3. Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование : учебное пособие / В. Л. Горбунов. — 3-е изд. — Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 422 с. — ISBN 978-5-4497-0306-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89423.html>



8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных рекламы и PR - <http://www.adbusiness.ru/>

Directory of Open Access Journals (DOAJ) - <https://doaj.org/>

База социологических данных ВЦИОМ - <https://bd.wciom.ru/?ysclid=l6ytjr8k1i764289948>

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>

Поисковая система Rambler - <https://accounts.google.com/>

Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

8.6. Интернет-ресурсы

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ) - <https://нэб.рф>

Онлайн-курсы ведущих вузов страны для студентов -

https://www.minobrnauki.gov.ru/common/upload/library/2020/03/Spisok_onlayn-kursov.pdf

Открытый лекторий ученых МГУ - <https://teach-in.ru/>

Открытый образовательный видеопортал UniverTV.ru - <http://univertv.ru/>

Просветительский проект Лекториум - <https://www.lektorium.tv/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/environment/ebs/1363/>

Цифровой образовательный ресурс IPRsmart - <https://www.iprbookshop.ru>

Образовательная платформа ЮРАЙТ - <https://urait.ru/>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Методические указания для подготовки к лекции

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-

ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения. При описании закономерностей обращается особое внимание на сравнительный анализ конкретных примеров.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Рекомендуя литературу для самостоятельного изучения, преподаватель поясняет, каким образом максимально использовать возможности, предлагаемые библиотекой АНО ВО СКСИ, в том числе ее электронными ресурсами, а также сделает акцент на привлечение ресурсов сети Интернет и профессиональных баз данных для изучения практики.

Выбор методов и форм обучения по дисциплине определяется:

- общими целями образования, воспитания, развития и психологической подготовки обучающихся;
- особенностями учебной дисциплины и спецификой ее требований к отбору дидактических методов;
- целями, задачами и содержанием материала конкретного занятия;
- временем, отведенным на изучение того или иного материала;
- уровнем подготовленности обучающихся;
- уровнем материальной оснащенности, наличием оборудования, технических средств.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах.

Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, научные выводы и практические рекомендации. В случае непонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного

обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Методические указания по выполнению практических заданий

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по изучению специальной методической литературы и анализа научных источников

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Методические указания по подготовке к тестированию

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

– Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

– Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

– Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

– Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

– Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

– Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

– Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

– Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Кроме того, изучению должны быть подвергнуты различные источники права, как регламентирующие правоотношения, возникающие в рамках реализации основ права, так и отношения, что определяют реализацию их, либо следуют за ними.

Тема и вопросы к практическим занятиям по дисциплине доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному практическому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке презентаций:

Презентация - частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой форме.

В качестве критериев могут быть выбраны:

- актуальность темы;
- соответствие содержания работы выбранной тематике;
- соответствие содержания и оформления работы установленным требованиям;
- обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи;
- новизна полученных данных;
- личный вклад магистра;
- возможности практического использования полученных данных.

1. Общие положения

Цель: конкретизировать знания и умения по изучаемой дисциплине, расширить кругозор студентов, изучить разделы курса, которые не рассматриваются в ходе аудиторных занятий.

Задачи:

- приобретение новых знаний;
- развитие умений систематизировать, обобщать и логично представлять изученный материал по исследуемым проблемам;
- совершенствование навыков работы по созданию презентаций PowerPoint.

2. Правила выполнения презентации

Работа представляется на диске в версии Office2010. Выполненная презентация после предварительной проверки обязательно защищается.

3. Требования к оформлению презентации

1. Диск с работой должен быть подписан (Ф.И.О., направление подготовки, группа).
2. На первом слайде (титальном) необходимо указать тему работы.
3. На втором слайде презентации – план содержания.
4. Последний слайд – сведения об авторе.

4. Содержание презентации

1. Презентация включает в себя 12-15 слайдов любого оформления.
 2. Поместить на слайды 3-4 сканированных изображения.
 3. Разместить согласно тексту картинки или диаграммы.
 4. Использовать текстовые и звуковые эффекты, анимацию при переходах слайдов (по выбору).
- Возможно наличие в работе видеофайлов.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме дифференцированного зачета определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение триместра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно пошаговое освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение триместра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки к студентам также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение триместра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы в единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:

- для проведения занятий лекционного типа – учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения занятий семинарского типа - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для групповых консультаций - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для самостоятельной работы обучающихся - аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

– специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

