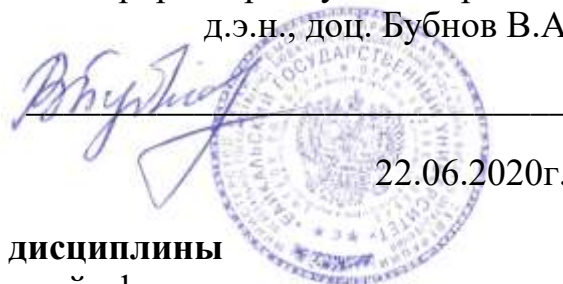


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



22.06.2020г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.Э.3. PR в социальной сфере

Направление подготовки: 39.03.02 Социальная работа
Направленность (профиль): Организация социальной работы с разными
группами населения
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	4	4
Семестр	42	42
Лекции (час)	14	8
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	21	8
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	73	92
Курсовая работа (час)		
Всего часов	108	108
Зачет (семестр)	42	42
Экзамен (семестр)		

Иркутск 2020

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 39.03.02
Социальная работа .

Автор О.В. Тарабан

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
социологии и психологии

Заведующий кафедрой Е.В. Зимина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование способности к реализации PR технологии продвижения социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам посредством освоения теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации PR работы в некоммерческих организациях

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-7	Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-7 Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	З. знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам У. умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам Н. способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Элективная дисциплина.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Социология", "Психология в социальной работе", "Организация социальной работы с молодежью", "Основы деятельности некоммерческих организаций", "Социальные проекты и программы"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
--------------------	-----------------------------	-------------------------------

Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	14	8
Практические (сем, лаб.) занятия	21	8
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	73	92
Всего часов	108	108

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Место маркетинговой деятельности в социальной сфере	42	1	1	12		Дискуссия
2	Основы деятельности PR-специалиста НКО	42	2	2	20		Контрольная работа
3	Подготовка и проведение PR-акции	42	2	2	20		Контрольная работа
4	Копирайтинг	42	1	1	20		Творческое задание
5	Социальная реклама как PR-инструмент	42	2	2	20		Творческое задание
	ИТОГО		8	8	92		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Место маркетинговой деятельности в социальной сфере	42	2	4	13		Дискуссия
2	Основы деятельности PR-специалиста НКО	42	4	5	15		Контрольная работа
3	Подготовка и проведение PR-акции	42	4	4	15		Контрольная работа
4	Копирайтинг	42	2	4	15		Творческое задание
5	Социальная реклама как PR-инструмент	42	2	4	15		Творческое задание
	ИТОГО		14	21	73		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Место	Сущность маркетинга как вида деятельности. Этапы развития

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	маркетинговой деятельности в социальной сфере	маркетинга. Принципы маркетинга. Виды маркетинга. Цели и концепции маркетинга. Маркетинг как социальная техника. Специфика маркетинга в социальной работе. Технологии маркетинговой деятельности в социальной сфере.
2	Основы деятельности PR-специалиста НКО	Зачем НКО нужен PR. Виды PR. Принципы PR для НКО. Целевая аудитория и каналы работы для PR. Объекты для продвижения. Модели для позиционирования. Этапы работы PR-специалиста. Что включает в себя SMM (работа с социальными сетями).
3	Подготовка и проведение PR-акции	Разработка PR-стратегии. Виды и этапы PR-кампании. КРП для PR-специалиста в НКО. Использование креатива. Календарное планирование. Создание баз партнеров и карты СМИ. Оценка эффективности PR-кампании. Формы отчетов об акции или ивенте.
4	Копирайтинг	Виды PR-текстов. Тексты для сайта. Тексты для социальных сетей. Тексты для мероприятий. Тексты для e-mail рассылки. Тексты для спонсорских писем. Основные тексты для СМИ.
5	Социальная реклама как PR-инструмент	Объект и предмет социальной рекламы; ее виды и структуру; ее место, роль и функции в решении социальных проблем. Сравнительная характеристика социальной и коммерческой рекламы. Планирование социальной рекламной кампании. Принципы формирования рекламного бюджета. Креатив в социальной рекламе.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Место маркетинговой деятельности в социальной сфере. Занятия проводятся в форме семинара по углублению знаний с элементами дискуссии. Вопросы для дискуссии приведены в ФОС.
2	Основы деятельности PR-специалиста НКО. Занятия проводятся в форме семинара по углублению знаний с элементами дискуссии. Контрольная работа на семинаре.
3	Подготовка и проведение PR-акции. Занятия проводятся в форме семинара по углублению знаний с элементами дискуссии. Контрольная работа на семинаре.
4	Копирайтинг. Занятия проводятся в форме семинара по углублению знаний с элементами дискуссии. Творческое задание по теме.
5	Социальная реклама как PR-инструмент. Занятия проводятся в форме семинара по углублению знаний с элементами дискуссии. Творческое задание по теме.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Место маркетинговой деятельности в социальной сфере	ПК-7	<p>З.знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>У.умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>Н.способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы</p>	Дискуссия	<p>Участие в дискуссии требует предварительной подготовки дома. Участие в обсуждении 10 вопросов по теме оценивается в 20 баллов. (Каждый вопрос по 2 балла) (20)</p>
2	2. Основы деятельности PR-специалиста НКО	ПК-7	<p>З.знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>У.умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения</p>	Контрольная работа	<p>Контрольная работа содержит 4 задания. Каждое задание оценивается до 5 баллов (20)</p>

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			<p>внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>Н.способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы</p>		
3	3. Подготовка и проведение PR-акции	ПК-7	<p>З.знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>У.умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>Н.способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы</p>	Контрольная работа	<p>1. Полнота ответа по каждой группе показателей до 5 баллов</p> <p>2. Аргументированность выбора показателей по каждой группе до 5 баллов (20)</p>
4	4. Копирайтинг	ПК-7	З.знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения	Творческое задание	<p>1. Соблюден объем текста</p> <p>2. Креативность (20)</p>

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			<p>внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>У. умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>Н. способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы</p>		
5	5. Социальная реклама как PR-инструмент	ПК-7	<p>З. знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>У. умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p>	Творческое задание	<p>Полнота ответа (ответ дан с учетом рассуждения по всем вопросам) – до 10 баллов; качество анализа (глубина и аргументированность рассуждения, опора на теоретический материал) – до 10 баллов (20)</p>

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			Н.способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы		
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 42.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Тест содержит 30 вопросов. Правильный ответ только один. Каждый вопрос оценивается в 1 балл..

Компетенция: ПК-7 Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Знание: знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам

1. Виды PR.
2. Виды маркетинга.
3. Календарное планирование.
4. Креатив в социальной рекламе.
5. Маркетинг как социальная техника.
6. Модели для позиционирования.
7. Объект и предмет социальной рекламы
8. Оценка эффективности PR-кампании.
9. Планирование социальной рекламной кампании.
10. Принципы маркетинга.
11. Принципы формирования рекламного бюджета.
12. Разработка PR-стратегии.
13. Специфика маркетинга в социальной работе.
14. Сравнительная характеристика социальной и коммерческой рекламы.
15. Сущность маркетинга как вида деятельности.

16. Технологии маркетинговой деятельности в социальной сфере
17. Целевая аудитория и каналы работы для PR.
18. Цели и концепции маркетинга.
19. Что включает в себя SMM
20. Этапы развития маркетинга.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Соответствие ответа вопросу (в случае полного несоответствия вопрос вообще не учитывается и оценивается в 0 баллов) до 10 баллов. Полнота ответа (его исчерпывающий характер) до 10 баллов. Глубина ответа (наличие примеров, характеризующих понимание рассматриваемого вопроса, взаимосвязи теории и практики, знание дополнительного внеучебного материала) до 10 баллов. Логика изложения, четкая структура ответа, научный стиль до 5 баллов..

Компетенция: ПК-7 Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Умение: умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам

Задача № 1. Спланируйте продвижение НКО по предложенной схеме

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Творческое задание. Полнота ответа (ответ дан с учетом рассуждения по всем вопросам) – 15 баллов; качество анализа (глубина и аргументированность рассуждения, опора на теоретический материал) – 15 баллов; язык изложения (логичное и последовательное изложения, грамотное использование терминологии) – 5 балла..

Компетенция: ПК-7 Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Навык: способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Задание № 1. Сформулируйте предложения по концепции социальной рекламы по предложенной теме.

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ	Направление - 39.03.02 Социальная работа Профиль - Организация социальной работы с разными группами населения Кафедра социологии и психологии
---	---

БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. Спланируйте продвижение НКО по предложенной схеме (35 баллов).
3. Сформулируйте предложения по концепции социальной рекламы по предложенной теме. (35 баллов).

Составитель _____ О.В. Тарабан

Заведующий кафедрой _____ Е.В. Зими́на

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Голуб О.Ю. Социальная реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Ю. Голуб. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 178 с. — 978-5-394-02019-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57123.html>
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / В.Т. Гришина [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 446 с. — 978-5-394-02263-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60439.html>
3. Синяева И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 252 с. — 978-5-394-02723-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60442.html>

б) дополнительная литература:

1. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации. допущено УМО по образованию в обл. коммерции и маркетинга. учебное пособие для вузов/ В. П. Тихомиров [и др.].- СПб.: Питер, 2013.-288 с.
2. Иган Д. Джон, Egan J. John, Лалаян Е. С. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. учеб. для вузов. Relationship marketing. Exploring relational strategies in marketing. рек. Учеб.-метод. центр "Профессиональный учебник". 2-е изд./ Джон Иган.- М.: ЮНИТИ, 2008.-363 с.
3. Татаринков К. А. Константин Анатольевич, Полякова Н. В. Маркетинг: курс лекций, тесты, задачи и кейсы. учеб. пособие/ К. А. Татаринков.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2008.-196 с.
4. Лашкова Е. Г., Куценко А. И. Маркетинг: практика проведения исследований. учеб. пособие для вузов. допущено УМО по образованию в обл. коммерции/ Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко.- М.: Академия, 2008.-240 с.
5. Романов А. А. Андрей Александрович, Поляков В. А. Владимир Александрович, Синяева И. М. Инга Михайловна Маркетинговые коммуникации. учебник для вузов. рек. УМО вузов России по образованию в обл. маркетинга/ А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков.- М.: Вузовский учебник, 2012.-383 с.
6. Бурменко Т. Д. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг. учеб. пособие. практикум/ под ред. Т. Д. Бурменко.- М.: КноРус, 2010.-424 с.
7. Алексунин В. А., Родигина В. В. Электронная коммерция и маркетинг в интернете. учеб. пособие. 3-е изд./ В. А. Алексунин, В. В. Родигина.- М.: Дашков и К, 2008.-214 с.
8. Токарский Б.Л. Маркетинговое обеспечение социальной работы .- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2013.- 49 с.// URL: 31025.doc

9. [Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Ю.В. Безрутченко. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — 978-5-394-01664-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75219.html>](http://www.iprbookshop.ru/75219.html)
10. [Маркетинговые коммуникации \[Электронный ресурс\] : методические рекомендации / . — Электрон. текстовые данные. — Орск: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, Орский гуманитарно-технологический институт \(филиал\) Оренбургского государственного университета, 2013. — 38 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51551.html>](http://www.iprbookshop.ru/51551.html)
11. [Сенаторов А.А. Контент-маркетинг \[Электронный ресурс\] : стратегии продвижения в социальных сетях / А.А. Сенаторов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 160 с. — 978-5-9614-5526-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58557.html>](http://www.iprbookshop.ru/58557.html)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- КиберЛенинка, адрес доступа: <http://cyberleninka.ru>. доступ круглосуточный, неограниченный для всех пользователей, бесплатное чтение и скачивание всех научных публикаций, в том числе пакет «Юридические науки», коллекция из 7 журналов по правоведению
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, адрес доступа: <http://elibrary.ru/>. доступ к российским журналам, находящимся полностью или частично в открытом доступе при условии регистрации
- Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент», адрес доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru>. доступ неограниченный
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);

Основными видами самостоятельной работы студентов 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.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий