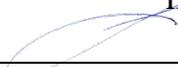




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

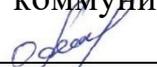
СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной
программы


_____ **Р.А. Захаркин**
(подпись) (И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Директор департамента
коммуникаций и медиа


_____ **И.П. Куманева**
(подпись) (И.О. Фамилия)

«09» января 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление коммуникациями в кризисных ситуациях

Направление подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры «Реклама и связи с общественностью»

Форма подготовки очная

Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г. № 528.

Директор департамента коммуникаций и медиа канд. ист. наук, Куманева И.П.

Составитель: к. социол. н., доцент Захаркин Р.А.

Владивосток
2023

Оборотная сторона титульного листа РПД

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «

_____ 202__ г. №

2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

5. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель: Целями освоения дисциплины являются формирование целостного представления о современных технологиях, применяемых в российской и международной практике PR в кризисных ситуациях, изучение тенденций развития рынка и технологий кризисного PR, освоение эффективного PR-инструментария для продвижения интересов политических, корпоративных и потребительских брендов в условиях коммуникационного кризиса.

Задачи:

1. руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией антикризисных коммуникаций и мероприятий;
2. формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий по управлению кризисными ситуациями.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (в учебном плане): Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 1 курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий в объеме 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 72 часа.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ОПОП.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, определять стратегию действий	УК-1.3 Вырабатывает стратегию действий на основе критического и системного анализа.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
УК-1.3 Вырабатывает стратегию действий на основе критического и системного анализа.	Знает методы системного и критического анализа; знает методики разработки стратегии действий для выявления и решения проблемной ситуации
	Умеет применять методы системного подхода и критического анализа проблемных ситуаций; разрабатывает стратегию действий, принимает конкретные решения для ее реализации
	Владеет методологией системного и критического анализа проблемных ситуаций; владеет методиками постановки цели, определения способов ее достижения, разработки стратегий действий

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
организационно-управленческий	ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.
проектно-аналитический	ПК-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.
авторский	ПК-3 Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.	Знает специфику, структуры и уровни функционирования организации современной коммуникационной индустрии.
	Умеет выстраивать работу подразделения/ предприятия с позиции лидера, способен заниматься координацией коллектива
ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.	Владеет навыками формирования и поддержания внутрикорпоративной культуры и внутрикорпоративной коммуникации для создания и поддержания позитивного бренда организации.
	Знает теоретические положения о методах и инструментах для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии
	Умеет применять на практике теоретические знания о методах и инструментах для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии организации
ПК-3.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	Владеет навыками создания коммуникационной стратегии и навыками реализации коммуникационного проекта на практике
	Знает основные методики разработки и реализации специальных событий
	Умеет использовать теоретические и практические знания для разработки и реализации специального события и мероприятия.
	Владеет навыками проведения специального события и мероприятия по собственному сценарию с учетом специфики коммуникационных задач организации.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: доклад, дискуссия.

II. Трудоемкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы (108 академических часов).

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине могут являться:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Лек	Лекции
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения

III. Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР		Контроль
1	Введение	2	6				24		Доклад, дискуссия
2	Универсальные инструкции работы в кризис	2	12				24		Доклад, дискуссия
	Управление кризисными коммуникациями	2			18		24		Доклад, дискуссия
	Итого:	2	18		18		72		зачет

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 часов)

Раздел 1. Введение

Тема 1. Влияние кризиса на репутацию (2 ч.)

Кризис репутации: определения, причины, последствия. Типология кризисов. Понятия кризиса и причины его возникновения. Восстановление репутации и доверия после кризиса. Компоненты репутации и обзор областей, пострадавших в кризисе. Социальные кризисы и их определения. Предотвращение социальных кризисов методами PR.

Тема 2. Выходы из кризиса (4 ч.)

Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки. Мониторинг средств массовой информации. Анализ внутренних и внешних источников информации. Методы диагностики в кризисном PR. Анализ коммуникационных каналов. Кризисный мониторинг.

Раздел 2. Универсальные инструкции работы в кризис

Тема 3. Универсальные инструкции по работе в кризисе (4 ч.)

Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования. Основные функции, задачи. Руководство по кризисным ситуациям структура, ключевые понятия, правила формирования пакета антикризисной документации. Пресс-релиз, стейтмент, пресс-контакты. Лидеры мнений, инфлюенсеры и поддержка «третьей силы». Распределение ролей в кризисе. Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисного PR.

Тема 4. Универсальная формула реагирования на кризис. (4 ч.)

Технологии и инструменты кризисного PR: зарубежная и российская практика. Удачи и провалы крупнейших транснациональных и отечественных компаний по преодолению кризисов. Сравнение принципов работы в России и за рубежом. Специфика взаимодействия со СМИ и работы в социальных медиа. Классические инструменты и digital-технологии.

Тема 5. Антикризисная стратегия. (4 ч.)

Практика кризисного PR: планирование, реализация, оценка. Разработка антикризисной стратегии: структура, цели и задачи, основные компоненты, этапы. Ключевые целевые аудитории и каналы коммуникации в кризисе. Роль топ-менеджмента и PR-консультанта в системе управления кризисными ситуациями. Принципы работы с персоналом и внутренние коммуникации в кризисе.

V. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Практические занятия

(18 час.)

Раздел 3. Управление кризисными коммуникациями

Практическое занятие № 1. «Открытая и закрытая модели реагирования на кризис» (4 час.)

1. Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации.
2. Контроль каналов коммуникации.
3. Принципы оперативности и открытости при реагировании.
4. Основные пресс-материалы для работы в кризисной ситуации: пресс-релиз, заявление, Q&A и др.
5. Наиболее эффективные инструменты Media Relations.

Практическое занятие № 2 «Лидеры мнений и «третья сила»» (2 час.)

1. Работа с New Media и Social Media в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации.
2. Роль информации в диагностике и управлении кризисами.
3. Сравнение принципов работы с журналистами и блогерами, определение наиболее релевантных и эффективных инструментов.
4. Лидеры общественного мнения и выстраивание системы взаимодействия с ними.
5. Кризисные коммуникации: разбор кейсов.

Практическое занятие № 3. «Корпоративный кризис» (4 час.)

1. Кризисный PR в управлении корпоративной репутацией.
2. Факторы, симптомы и причины кризисов в организации.
3. Формирование кризисной команды.
4. Оценка и прогнозирование развития кризиса.
5. Распространенные ошибки, которые делает компания в кризисной ситуации.
6. Методы защиты репутации.

Практическое занятие № 4. «Бренд-коммуникации в кризисе» (4 час.)

1. Технологии кризисного менеджмента в брендинге: зарубежная и российская практика.
2. Специфика работы с потребительскими брендами и особенности кризисов в сфере consumer relations.
3. Подходы к выявлению причин кризисов.
4. Обратная связь с потребителем.
5. Принципы PR-работы с потребителями.
6. Ребрендинг как метод антикризисного реагирования

Практическое занятие № 5. «Персональный бренд и методы защиты» (4 час.)

1. Персональный имидж и PR-работа в кризисных ситуациях: эффективные инструменты и лучшие кейсы.
2. Особенности кризисных ситуации в политике, бизнесе, культурной и общественной сфере. Методы коррекции имиджа.
3. Противодействие акциям «черного» PR.

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация

	Раздел 1. Введение	УК-1.3 Вырабатывает стратегию действий на основе критического и системного анализа.	Знает методы системного и критического анализа; знает методики разработки стратегии действий для выявления и решения проблемной ситуации Умеет применять методы системного подхода и критического анализа проблемных ситуаций; разрабатывает стратегию действий, принимает конкретные решения для ее реализации Владеет методологией системного и критического анализа проблемных ситуаций; владеет методиками постановки цели, определения способов ее достижения, разработки стратегий действий	УО-3	УО-1 Вопросы к зачету 1-4
	Раздел 2. Универсальные инструкции работы в кризис	ПК-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникацио	Знает специфику, структуры и уровни функционирования организации современной коммуникационной индустрии.	УО-4	УО-1 Вопросы к зачету 5-9

		<p>нной индустрии выстраивает работу подразделения/ предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.</p>	<p>Умеет выстраивать работу подразделения/ предприятия с позиции лидера, способен заниматься координацией коллектива Владеет навыками формирования и поддержания внутрикорпоративной культуры и внутрикорпоративной коммуникации для создания и поддержания позитивного бренда организации.</p>		
	<p>Раздел 3. Управление кризисными коммуникациями</p>	<p>ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p>	<p>Знает теоретические положения о методах и инструментах для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии Умеет применять на практике теоретические знания о методах и инструментах для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии организации</p>	<p>УО-3</p>	<p>УО-1 Вопросы к зачету 10-26</p>

			Владеет навыками создания коммуникационной стратегии и навыками реализации коммуникационного проекта на практике		
		ПК-3.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	Знает основные методики разработки и реализации специальных событий Умеет использовать теоретические и практические знания для разработки и реализации специального события и мероприятия. Владеет навыками проведения специального события и мероприятия по собственному сценарию с учетом специфики коммуникационных задач организации.		
	зачет	УК-1.3, ПК-1.4, ПК-2.1 ПК – 3.2			УО-1

VII. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная

деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с лекционным материалом, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;
- подготовка реферативных обзоров источников периодической печати, опорных конспектов, заранее определенных преподавателем;
- поиск информации по теме с последующим ее представлением в аудитории в форме доклада, презентаций;
- подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции;
- подготовка к деловым и ролевым играм;
- подготовка к зачету.

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

Примерная дата проведения	Наименование контрольного мероприятия	Форма контроля	Примерные нормы времени на выполнение
2-18 недели	Работа с конспектом	Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем, обсуждение результатов выполненной работы на занятии	18 час
2-18 недели	Работа с конспектом, работа с литературой	Устный опрос, собеседование с группой.	18 час
Итого			36 часов

VIII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

(печатные и электронные издания)

1. Грошев И.В. Системный бренд-менеджмент / Грошев И.В., Краснослободцев А.А. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 655 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71225.html>
2. Короткий С.В. Корпоративное управление / Короткий С.В. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 230 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72357.html>
3. Лесли де Чернатони Бренддинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71210.html>

4. Макашев М.О. Бренд: Учеб. пособие для вузов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 207 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1028821>
5. Тюлин, А. Е. Корпоративное управление. Методологический инструментарий / А.Е. Тюлин. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 216 с. Режим доступа : <https://znanium.com/catalog/product/1019338>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг: Теория и практика консультирования / А. М. Блюмин. – М.: Дашков и К, 2017. – 364 с. Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=402978>
2. Бок Л. - Работа рулит! Почему большинство людей в мире хотят работать именно в Google - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2015 - 384с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91666>
3. Корпоративная культура Toyota: Уроки для других компаний / Лайкер Д.К., Хосеус М. - М.:Альпина Пабл., 2016. - 354 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/914070>
4. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 376 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?item=booksearch&code8E#none>
5. Менеджмент корпорации и корпоративное управление / А.Н. Асаул [и др.].. — Санкт-Петербург : Институт проблем экономического возрождения, Гуманистика, 2006. — 288 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18197.html>

Нормативно-правовые материалы

- 1.О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 №38-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Электрон. дан. <http://www.consultant.ru/popular/advert/>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет»

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

В учебном процессе по дисциплине используются следующие информационно-справочные и поисковые системы, а также программное обеспечение и электронные библиотечные системы:

-Поисковые системы: Google, Mail.ru, Yandex; Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;

-Пакет прикладных программ Microsoft Office: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point.

Электронные библиотечные системы:

-Научная библиотека ДВФУ – режим доступа:
<http://lib.dvfu.ru:8080/search/query?theme=FEFU>

-Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – режим доступа:
<http://elibrary.ru/defaultx.asp>

-Электронно-библиотечная система Znaniun.com – режим доступа:
<http://www.znaniun.com>

-ЭБС Издательства «Лань» – режим доступа: <http://e.lanbook.com>

1. -ЭБС IPRbooks– режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>Союз потребителей РФ - сайт о правах потребителей, об особенностях продажи различных товаров, юридические вопросы -<http://www.potrebitel.net>

2. «Энциклопедия маркетинга» - статьи и выдержки из книг по маркетингу, материалы по маркетинговыми исследованиям и программному обеспечению. Обзоры рынка маркетинговых услуг –
<http://www.marketing.spb.ru/>

3. [Advertology.Ru](http://www.advertology.ru/) - все о рекламе, маркетинге и PR - Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. Содержит новости, публикации, информацию о выставках и конференциях, законы о рекламе, информацию о профессиональных объединениях и т.п.-
<http://www.advertology.ru/>

4. [4p.ru](http://www.4p.ru/) - электронный журнал о маркетинге и рекламе - Теория и практика рекламного дела. Материалы по маркетингу, брендингу, мерчендайзингу: результаты маркетинговых и рекламных исследований -
<http://www.4p.ru/main/index.php>

5. Comcon2 – сайт компании «SynovateComcon», специализирующейся

на изучении предпочтений и мотиваций потребителей, на построении сегментаций и поиске новых рыночных возможностей - <http://www.comcon-2.ru/>

6. Магазин исследований РБК (РосБизнесКонсалтинг) – исследования рынка и потребителей - <http://marketing.rbc.ru/>

XI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекциях и практиках, выполнении аттестационных мероприятий. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение контрольных и творческих работ.

Освоение дисциплины «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» является зачет. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Шкала оценивания сформированности образовательных результатов по дисциплине представлена в фонде оценочных средств (ФОС).

Теоретическая часть курса, которая предоставляет знания, представлена лекциями и самостоятельной работой. Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения, презентации и дискуссии. Студент в течение семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и

подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

Студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, с графиком консультаций преподавателей кафедры. Согласно календарному графику контрольных мероприятий текущей успеваемости, преподаватель на занятиях принимает у студента защиту перечисленных работ, проводит текущий и рейтинговый контроль.

Для изучения теоретического материала курса дисциплины рекомендуется использовать основную литературу. Для практических занятий рекомендуется использовать учебные пособия, отмеченные в заданиях для самостоятельной работы.

Х. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
690001, Приморский край, г. Владивосток, о. Русский, кампус ДВФУ, Школа искусств и гуманитарных наук, корпус F, ауд. 621. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа	Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 47) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA – 3 шт.; Проектор, модель Mitsubishi, экран; Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF; Доска аудиторная	Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2023-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18.

<p>690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус А - уровень 10, каб. А1042, Помещение для самостоятельной работы. Читальный зал гуманитарных наук Научной библиотеки с открытым доступом</p>	<p>Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 Оборудование для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: Дисплей Брайля Focus-40 Blue Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition Маркер-диктофон Touch Memo цифровой Сканирующая и читающая машина для незрячих и слабовидящих пользователей SARA Принтер Брайля Everest - D V4 Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition Экран Samsung S23C200B</p>	<p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2023-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18.</p>
<p>690001, Приморский край, г. Владивосток, о. Русский, кампус ДВФУ, Школа искусств и гуманитарных наук, корпус F, ауд. 533. Компьютерный класс</p>	<p>Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 15); компьютеры: 14 шт. Lenovo C360G-i34164G500UDK; проектор Panasonic DLPPjectorPT-D2110XE; плазма LG FLATRON M4716CCBAM4716C; экран; Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF; Доска аудиторная</p>	<p>Microsoft Office. Номер лицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2023-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC «Softline Trade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18. SPSS Statistics Premium Campus Edition..</p>

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.