



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

**ВОСТОЧНЫЙ ИНСТИТУТ – ШКОЛА РЕГИОНАЛЬНЫХ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной
программы

(подпись)

П.М.Тюрин

(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель реализующего
структурного подразделения

(подпись)

Е.С.Шереметьева

(И.О. Фамилия)

« 27 » января 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Русский язык в профессиональной коммуникации
Направление подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью
(Профиль)
Форма подготовки: очная

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.04.01 **Реклама и связи с общественностью**, утвержденного приказом Минобрнауки России от «12» августа 2020 г. № 986 .

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка и литературы, протокол от «27» января 2023 г. №5 .

Составители:

Откидыч Е.В.

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. №

Аннотация дисциплины

Реклама и связи с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц / 144 академических часов. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на курсе и завершается экзамен. Учебным планом предусмотрено проведение следующих типов занятий:

Тип занятий	Количество часов
Лекционные занятия	0
Практические занятия	36
Лабораторные занятия	0
Самостоятельная работа студентов	71

Язык реализации: русский

Цель освоения дисциплины: расширение знаний о креативных и экспрессивных возможностях языковых единиц; углубление знаний у студентов о стилистической дифференциации языка и стилистической принадлежности рекламных произведений; формирование навыков правильной, точной, уместной, целесообразной и эффективной речи; совершенствование навыков литературного редактирования текстов рекламы и сферы PR; интеграция и укрепление междисциплинарных связей другими дисциплинами (перечислены ниже, в п. Задачи).

Задачи освоения дисциплины:

- формирование знаний о рекламных жанрах и их специфике, изучение специфических языковых особенностей рекламных текстов и способов языкового воздействия в рекламных произведениях;
- обобщение опыта устранения типичных ошибок в рекламных текстах;
- формирование навыков составления рекламных произведений различных жанров в зависимости от рекламного носителя и вида СМИ;
- овладение навыками литературного редактирования чужих и собственных материалов

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: УК-2, ПК-1, ПК-2, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, полученные в результате изучения дисциплин «Технология рекламы и связей с общественностью», «Реклама и связи с общественностью в современной коммуникационной системе», «Бренд-менеджмент в системе рекламы и связей с общественностью», по результатам

Добавлено примечание ([ГАА1]): Можно словами без указания кодов

изучения данной дисциплины обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Анализ и разработка медиаконтента в коммуникационной сфере», «Интернет-коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью», «Производственная практика. Творческая практика», формирующих компетенции УК-3, УК-2, ПК-3, ПК-4, УК-6 .

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Добавлено примечание ([ГАА2]): Обязательно практики и гиа указать

Универсальные компетенции, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
УК-1	-	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Знает основные методы критического анализа Умеет выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления; осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта Владеет технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий, навыками критического анализа
УК-4	-	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает основные принципы и законы эффективной коммуникации; отличительные особенности текстов разных функциональных стилей Умеет оформлять устный и письменный текст в соответствии с нормами современного русского литературного языка, свободно пользоваться речевыми средствами книжных стилей современного русского языка Владеет методикой осуществляет подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
УК-5	-	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает содержание основных понятий и категорий современной теории коммуникации; Умеет управлять общением, использовать этикетные средства для достижения коммуникативных целей Владеет культурой речи и коммуникативной компетентностью, навыками социально-культурного взаимодействия и сотрудничества

Общепрофессиональные компетенции, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплина (модулям), практикам
ОПК-1	-	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	Знает , формальные признаки и особенности логической структуры рекламного текста, методику анализа и редактирования рекламного текста с учётом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов рекламного текста Умеет Умеет аргументировано анализировать рекламные обращения, описывать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов Владеет навыками креативного письма, составления рекламных текстов разных жанров для разных целей, навыками редактирования

Профессиональные компетенции, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Код и наименование профессиональной компетенции	Код ПС (при наличии ПС) или ссылка на иные основания	Код трудовой функции (при наличии ПС)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
-	-	-	-	-

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках данной дисциплины применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: кейс-стади, творческое задание.

I. Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование темы / раздела дисциплины	Семе стр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы промежуточной аттестации
			Лек	Лаб	Пр	ОК*	СР	Конт роль	
									х
	Итого	1	-	-	36		72	36	

*Онлайн-курс

II. СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Не предусмотрена учебным планом.

III. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия

Практическое занятие 1. Рекламный текст (РТ) как коммуникативная единица. 10 час.

Коммуникативная модель передачи информации в рекламе. Соотношение понятий «текст» и «рекламный текст», «дискурс» и «рекламный дискурс». Содержательная структура РТ. Свойства РТ. Коммуникативные типы РТ.

Практическое занятие 2. Формальные признаки РТ. 8 час.

Презентация рекламной информации. Рекламные реквизиты. Компоненты бренда.

Практическое занятие 3. Структура вербального компонента рекламного текста. 10 часов.

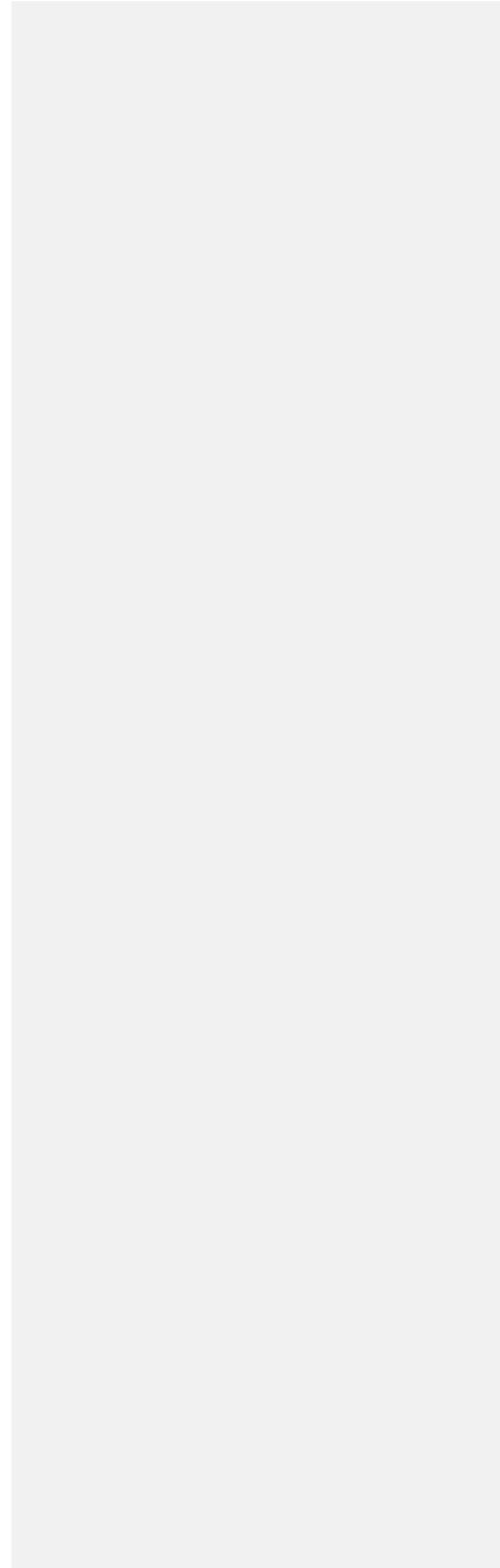
Подходы к выделению структурных элементов РТ. Рекламный заголовок. Основной рекламный текст (ОРТ). Соотношение рекламного заголовка и ОРТ. Эхо-фраза.

Практическое занятие 4. Семантический анализ рекламного текста. 8 часов.

Подходы к изучению РТ. Синестезия. Языковая игра в рекламе. Способы выражения оценки в РТ. Взаимодействие вербального и невербального компонентов РТ.

Лабораторные работы

Не предусмотрены учебным планом.



IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы/темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Тема № 1. Рекламный текст (РТ) как коммуникативная единица	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Знает основные методы критического анализа	УО-1	– –
			Умеет выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления; осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта Владеет технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий, навыками критического анализа	ПР-11	– –
			Знает основные принципы и законы эффективной коммуникации; отличительные особенности текстов разных функциональных стилей	УО-1	– –
		УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Умеет оформлять устный и письменный текст в соответствии с нормами современного русского литературного языка, свободно пользоваться речевыми средствами книжных стилей современного русского языка Владеет методикой осуществляет подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ПР-11	– –
	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает содержание основных понятий и категорий современной теории коммуникации;	УО-1	– –	

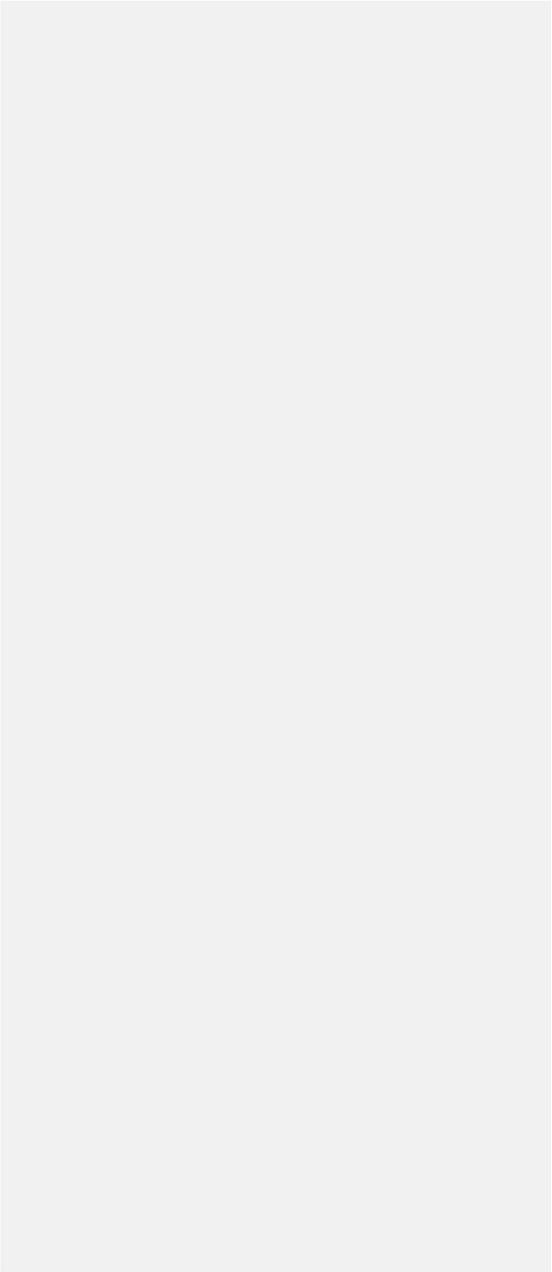
			Умеет управлять общением, использовать этикетные средства для достижения коммуникативных целей Владеет культурой речи и коммуникативной компетентностью, навыками социально-культурного взаимодействия и сотрудничества	ПР-11	– –
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	Знает , формальные признаки и особенности логической структуры рекламного текста, методику анализа и редактирования рекламного текста с учётом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов рекламного текста	УО-1	– –
			Умеет Умеет аргументировано анализировать рекламные обращения, описывать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов Владеет навыками креативного письма, составления рекламных текстов разных жанров для разных целей, навыками редактирования	ПР-11	--
2	Тема № 2 Формальные признаки РТ	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Знает основные методы критического анализа	УО-1	–
			Умеет выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления; осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта Владеет технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий, навыками критического анализа	ПР-11	
		УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для	Знает основные принципы и законы эффективной коммуникации; отличительные особенности текстов разных функциональных стилей	УО-1	

		академического и профессионального взаимодействия			
			<p>Умеет оформлять устный и письменный текст в соответствии с нормами современного русского литературного языка, свободно пользоваться речевыми средствами книжных стилей современного русского языка</p> <p>Владеет методикой осуществляет подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	ПР-11	
		УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<p>Знает содержание основных понятий и категорий современной теории коммуникации;</p> <p>Умеет управлять общением, использовать этикетные средства для достижения коммуникативных целей</p> <p>Владеет культурой речи и коммуникативной компетентностью, навыками социально-культурного взаимодействия и сотрудничества</p>	УО-1	—
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	<p>Знает, формальные признаки и особенности логической структуры рекламного текста, методику анализа и редактирования рекламного текста с учётом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов рекламного текста</p> <p>Умеет Умеет аргументировано анализировать рекламные обращения, описывать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов</p> <p>Владеет навыками креативного письма, составления рекламных текстов разных жанров для разных целей, навыками редактирования</p>	УО-1	—
				ПР-11	

3	Тема № 3 Структура вербального компонента рекламного текста	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Знает основные методы критического анализа	УО-1	
			Умеет выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления; осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта Владеет технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий, навыками критического анализа	ПР-15	
		УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает основные принципы и законы эффективной коммуникации; отличительные особенности текстов разных функциональных стилей	УО-1	
			Умеет оформлять устный и письменный текст в соответствии с нормами современного русского литературного языка, свободно пользоваться речевыми средствами книжных стилей современного русского языка Владеет методикой осуществляет подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ПР-15	
		УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает содержание основных понятий и категорий современной теории коммуникации;	УО-1	
			Умеет управлять общением, использовать этикетные средства для достижения коммуникативных целей Владеет культурой речи и коммуникативной компетентностью, навыками социально-культурного взаимодействия и сотрудничества	ПР-15	
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или)	Знает , формальные признаки и особенности логической структуры рекламного текста, методiku анализа и редактирования рекламного текста с учётом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности	УО-1	

		медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	всех компонентов рекламного текста		
			Умеет Умеет аргументировано анализировать рекламные обращения, описывать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов Владеет навыками креативного письма, составления рекламных текстов разных жанров для разных целей, навыками редактирования	ПР-15	
4	Тема № 4 Семантический анализ рекламного текста	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Знает основные методы критического анализа	УО-1	–
		УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает основные принципы и законы эффективной коммуникации; отличительные особенности текстов разных функциональных стилей	УО-1	–
		УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает содержание основных понятий и категорий современной теории коммуникации;	УО-1	–
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	Знает , формальные признаки и особенности логической структуры рекламного текста, методику анализа и редактирования рекламного текста с учётом поуровневого подхода к оценке прагматической целесообразности и коммуникативной нагруженности всех компонентов рекламного текста	УО-1	–
	Умеет Умеет аргументировано анализировать рекламные обращения, описывать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов Владеет навыками креативного письма, составления	ПР-15			

			рекламных текстов разных жанров для разных целей, навыками редактирования		
--	--	--	--	--	--



V. 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 к выполнению аудиторных контрольных работ;
- выполнение домашних контрольных работ;
- выполнение тестовых заданий, решение задач;
- составление кроссвордов, схем;
- подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции;
- заполнение рабочей тетради;
- написание эссе, курсовой работы;
- подготовка к деловым и ролевым играм;
- составление резюме;
- подготовка к зачетам и экзаменам;
- другие виды деятельности, организуемые и осуществляемые образовательным учреждением и органами студенческого самоуправления.

VI. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Назайкин А.Н. Практика рекламного текста / А. Н. Назайкин. – М.: Бератор-Пресс, 2003. - 316 с.
<https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/2307B7CF-1FF4-4585-BECD-7122438E8924/>
2. Реклама : язык, речь, общение : учебное пособие для вузов / [А. А. Алипова, О. Я. Гойхман, Л. М. Гончарова и др. ; под ред. О. Я. Гойхмана, В. М. Лейчика]. – М.: Инфра-М, 2008. - 287 с.
<https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/EB717C0B-2468-4A10-BA8D-BCA21A01DBA4/>
3. Шатин Ю.В. Построение рекламного текста / Ю. В. Шатин. - 2-е изд. – М.: Бератор-Пресс, 2003. - 121 с.
<https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/278FD02A-0CB1-4BB6-9F23-A0E20932D391/>

Дополнительная литература

1. Имшинецкая И. Креатив в рекламе / Ия Имшинецкая. - Москва : РИП-Холдинг, 2002. - 173 с. <https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/F3527036-C35C-4799-8A86-6D9CF1360FAB/>
2. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы : учебное пособие для вузов / Р. И. Мокшанцев ; [науч. ред. М. В. Удальцова] ; Новосибирская государственная академия экономики и управления ; Новосибирская государственная академия экономики и управления. – М. ; Новосибирск : ИНФРА-М : Сибирское соглашение, 2000. - 229 с. <https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/52750F95-6350-430B-8E1D-4515DA2759A0/>
3. Полукаров В.Л. Основы рекламы : учебник для вузов / В. Л. Полукаров ; Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права ; Московский гуманитарный институт. ; Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, Московский гуманитарный институт. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Москва : Дашков и К°, 2004. – 240 с. <https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/69BE1E0E-F999-4D4F-BB25-6EECDE119876/>

4. Полукаров В.Л. Рекламная коммуникация : учебное пособие / В. Л. Полукаров, Е. Л. Головлева, Е. В. Добренькова и др. ; под ред. В. Л. Полукарова; Международный университет бизнеса и управления. – М.: Палеотип, 2002. - 343 с. <https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/EE6B8DEA-7251-46A6-89E7-A3420B3A0311/>
5. Ущиповский С.Н. История рекламы. Краткий курс : учебное пособие для рекламных специализаций / С. Н. Ущиповский ; Дальневосточный государственный университет. ; Дальневосточный государственный университет (Владивосток). - Владивосток : Изд-во Дальневосточного университета, 2000. - 40 с. <https://library.dvfu.ru/lib/document/EK/6620E57D-0736-4E11-9E06-B49AC70736B1/>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Освоение данной дисциплины предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами занятий, подготовкой и выполнением всех практических заданий, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по данной дисциплине является экзамен.

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).

VIII. 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
Учебные аудитории для проведения учебных занятий:		
D208/347, D303, D313а, D401, D453, D461, D518, D708, D709, D758, D761, D762, D765, D766, D771, D917, D918, D920, D925, D576, D807	Лекционная аудитория оборудована маркерной доской, аудиопроигрывателем	
D229, D304, D306, D349, D350, D351, D352, D353, D403, D404, D405, D414, D434, D435, D453, D503, D504, D517, D522, D577, D578, D579, D580, D602, D603, D657, D658, D702, D704, D705, D707, D721, D722, D723, D735, D736, D764, D769, D770, D773, D810, D811, D906, D914, D921, D922, D923, D924, D926	Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U, Экран проекционный ScreenLine Trim White Ice, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеосточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления	
D207/346	Мультимедийная аудитория: Проектор 3-chip DLP, 10 600 ANSI-лм, WUXGA 1 920x1 200 (16:10) PT-DZ110XE Panasonic; экран 316x500 см, 16:10 с эл. приводом; крепление настенно-потолочное Elpro Large Electrol Projecta; профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG; подсистема видеосточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления),	
D226	Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U, Экран проекционный ScreenLine Trim White Ice, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления), D362 (профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема аудиокоммутации и звукоусиления	

D447, D448, D449, D450, D451, D452, D502, D575, D604	Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U, Экран проекционный ScreenLine Trim White Ice, подсистема видеисточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления	
D446, D656, D659, D737, D808, D809, D812	Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U, Экран проекционный ScreenLine Trim White Ice, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеисточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления; Компьютерный класс; Рабочее место: Компьютеры (Твердотельный диск - объемом 128 Гб; Жесткий диск - объем 1000 Гб; Форм-фактор – Tower); комплектуется клавиатурой, мышью. Монитором AOC i2757Fm; комплектом шнуров эл. питания) Модель - M93p 1; Лингфонный класс, компьютеры оснащены программным комплексом Sanako study 1200	Google Chrome(Производитель Google (США):Бесплатное ПО); Microsoft Office 365 (Производитель Microsoft, США, Вид лицензирования: Платное ПО, Количество лицензий неограничено); Microsoft Teams (Производитель Microsoft, США, Вид лицензирования: Платное ПО, Количество лицензий неограничено).
D501, D601	Мультимедийная аудитория: Проектор Mitsubishi EW330U, Экран проекционный ScreenLine Trim White Ice, профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG, подсистема видеисточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокоммутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления	
Помещения для самостоятельной работы:		
A1042 аудитория для самостоятельной работы студентов	Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт.; Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox; Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C; Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS Оборудование для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: Дисплей Брайля Focus-40 Blue – 3 шт.; Дисплей Брайля Focus-80 Blue; Рабочая станция Lenovo ThinkCentre E73z – 3 шт.; Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition; Маркер-диктофон Touch Memo цифровой; Устройство портативное для чтения плоскочечных текстов PEarl; Сканирующая и читающая машина для незрячих и слабовидящих пользователей SARA; Принтер Брайля Emprint SpotDot - 2 шт.; Принтер Брайля Everest - D V4; Видео увеличитель ONYX Swing-Arm PC edition; Видео увеличитель Topaz 24" XL стационарный электронный; Обучающая система для детей тактильно-речевая, либо для людей с ограниченными возможностями здоровья; Увеличитель ручной видео RUBY портативный – 2 шт.; Экран Samsung S23C200B; Маркер-диктофон Touch Memo цифровой.	Microsoft Windows 7 Pro MAGic 12.0 Pro, Jaws for Windows 15.0 Pro, Open book 9.0, Duxbury BrailleTranslator, Dolphin Guide (контракт № А238-14/2); Неисключительные права на использование ПО Microsoft рабочих станций пользователей (контракт ЭА-261-18 от 02.08.2018): - лицензия на клиентскую операционную систему; - лицензия на пакет офисных продуктов для работы с документами включая формат.docx , .xlsx , .vsd , .ppt.; - лицензия на право подключения пользователя к серверным операционным системам , используемым в ДВФУ : Microsoft Windows Server 2008/2012; - лицензия на право подключения к серверу Microsoft Exchange Server Enterprise; - лицензия на право подключения к внутренней информационной системе документооборота и portalу с возможностью

		<p>поиска информации во множестве удаленных и локальных хранилищах, ресурсах, библиотеках информации, включая порталные хранилища, используемой в ДВФУ: Microsoft SharePoint; - лицензия на право подключения к системе централизованного управления рабочими станциями, используемой в ДВФУ: Microsoft System Center.</p>
--	--	--

