

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа дисциплины
УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования по направлению подготовки

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:

Реклама и связи с общественностью

Квалификация:

Бакалавр

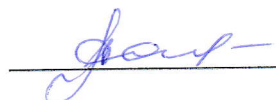
Форма обучения

Очная

Согласовано

Руководитель ОПОП

«Реклама и связи с
общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю

Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением

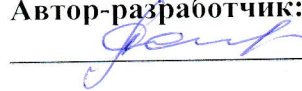
Учебно-методического совета

 24 06 2021 г., протокол № 9

Рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры 14.04.2021 г., протокол № 10

Зав. кафедрой  Фирова И.П.

Автор-разработчик:

 Фейлинг Т.Б.

Санкт-Петербург, 2021

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний, умений, навыков и компетенций в области управления коммуникационными проектами коммерческих, некоммерческих организаций, государственных, муниципальных учреждений.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимание процессов проектной коммуникационной деятельности;
- выработать практические навыки управления коммуникационными проектами.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Управление коммуникационными проектами» относится к части дисциплин ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений; обеспечивает подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами в 8 семестре, объем дисциплины - 108 ак. часа, 3 зачетных единицы.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Основы проектной деятельности», «PR-проектирование», «Теория и практика связей с общественностью», «Реклама в коммуникационном процессе», «Планирование и бюджетирование в рекламе и PR» «Интегрированные коммуникации», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Брендинг», а также «Профессионально - творческая практика».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Управление коммуникационными проектами» используются в дальнейшем при изучении дисциплин ОПОП, а также в Преддипломной практике и подготовке ВКР.

Основными видами занятий при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы, имеющие концептуальное и методологическое значение в решении задач подготовки специалистов данного профиля.

На практических занятиях отрабатываются ключевые практические вопросы, формируются необходимые умения и навыки.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5 (ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3), ПК-6 (ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3).

Таблица формируемых компетенций

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения
ПК-5. Способен определять способы и порядок осуществления коммуникационных проектов и мероприятий	ПК-5.1 Использует методы, применяемые в проектной деятельности для осуществления коммуникационных проектов и мероприятий	Знать структуру средства и методы коммуникационного проектирования Уметь разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, используя методы проектной деятельности Владеть навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов
	ПК-5.2 Разрабатывает и обосновывает способы и порядок достижения целей коммуникационных проектов	Знать основные показатели достижения целей коммуникационного проекта Уметь разрабатывать цели коммуникационного проекта и способы их достижения Владеть методами достижения целей коммуникационного проекта
	ПК-5.3 Осуществляет мониторинг и контроль выполнения плана коммуникационных проектов и мероприятий	Знать основные методы оценки развития коммуникационного проекта. Уметь осуществлять мониторинг и контроль в рамках реализации коммуникационного проекта Владеть методами применяемыми в проектной деятельности для контроля реализации коммуникационных проектов
ПК-6 Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов	ПК-6.1 Применяет знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий	Знать стандарты и руководство по управлению проектами Уметь применять знания по управлению проектами для разработки коммуникационных проектов Владеть навыками разработки коммуникационных проектов
	ПК-6.2 При разработке коммуникационных проектов использует типовые алгоритмы проведения рекламных и PR кампаний	Знать типовые алгоритмы разработки коммуникационных проектов Уметь использовать типовые алгоритмы при разработке коммуникационных проектов Владеть навыками разработки коммуникационных проектов используя типовые алгоритмы проведения рекламных и PR кампаний
	ПК-6.3 Осуществляет отбор современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и	Знать современные информационно-коммуникационные технологии, технические средства, интернет-технологии и специализированные программные продукты при разработке коммуникационных проектов Уметь использовать в профессиональной

	специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов	деятельности современные информационно-коммуникационные технологии, технические средства, интернет-технологии и специализированные программные продукты Владеть навыками коммуникационного проектирования с применением современных информационно-коммуникационных технологий, технических средств, интернет-технологий и специализированных программных продуктов
--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часа, 3 зачетных единицы.

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Объем дисциплины	Всего часов
	Очная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателями (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	42
в том числе:	
лекции	14
практические занятия	28
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	66
в том числе:	
курсовая работа	
контрольная работа	-
Вид промежуточной аттестации	Экзамен

4.2. Структура дисциплины

Раздел и тема дисциплины	Семестр 8	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.				Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции	индикаторы достижений
		Лекции	Семинары	Практич.	Самост. работа			
Тема 1. Особенности коммуникационных проектов	8	2	2	4		Доклады, сообщения	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-6.1 ПК-6.3

Тема 2. Структура коммуникационного проекта	8	-	2	4	Доклады сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-5.2 ПК-6.1, ПК-6.2
Тема 3. Инструментальное оснащение коммуникационного проекта	8	2	2	4	Доклады сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.2, ПК-5.3 ПК-6.1, ПК-6.2
Тема 4. Планирование и бюджетирование коммуникационного проекта	8	-	2	4	Доклады сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-5.2 ПК-6.1, ПК-6.2 ПК-6.3
Тема 5. Окружение коммуникационного проекта	8	2	2	4	Доклады сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.2, ПК-5.2 ПК-6.1
Тема 6. Разработка медиаплана	8	-	2	4	Доклады, сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-5.2 ПК-6.1, ПК-6.2 ПК-6.3
Тема 7. Оценка ресурсов проекта	8	2	2	4	Доклады, сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-5.2 ПК-5.3, ПК-6.1
Тема 8. Управление временными параметрами проекта	8	-	2	4	Доклады, сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-5.2 ПК-5.3, ПК-6.1 ПК-6.2
Тема 9. Команда коммуникационного проекта	8	2	2	6	Доклады, сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.2, ПК-6.1 ПК-6.2
Тема 10. Информационно-коммуникационные технологии в управлении проектами	8	-	2	4	Доклады, сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-5.2 ПК-5.3, ПК-6.1 ПК-6.2
Тема 11. Мониторинг и контроль проекта	8	2	2	6	Доклады, сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-5.2 ПК-5.3, ПК-6.1 ПК-6.2, ПК-6.3
Тема 12. Риски проекта	8	-	2	4	Доклады, сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-5.2 ПК-5.3, ПК-6.1 ПК-6.2
Тема 13. Управление коммуникациями проекта	8	2	2	6	Доклады, сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-5.2 ПК-6.1, ПК-6.2
Тема 14. Эффективность коммуникационного проекта	8	-	2	4	Доклады, сообщения задания	ПК-5 ПК-6	ПК-5.1, ПК-5.3 ПК-6.1, ПК-6.2 ПК-6.3
Итого		14	28	66			

4.3. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Особенности коммуникационных проектов

Проектная культура и профессиональная успешность специалиста. Понятие коммуникационного проекта. Виды коммуникационных проектов. Цели коммуникационного проекта. Социальное проектирование как методологический и технологический ресурс маркетинговых технологий. Замысел и разработка идеи коммуникационного проекта.

Тема 2. Структура коммуникационного проекта

Структурирование проекта. Цели структурирования проекта. Проблематизация. Основные специальные методы, используемые для определения проблемы. Исследование объекта и предмета проекта. Идея-концепция проекта. Социальная миссия и цель проекта. Задачи. Технологии реализации проекта.

Тема 3. Инструментальное оснащение коммуникационного проекта

Инструментальная проработка и технологическое оснащение проекта: фиксация его начала и основных этапов реализации; обоснование наиболее оптимальных видов и форм коммуникации с аудиторией; определение содержания деятельности, способного минимизировать или разрешить проблемы инициатора; привлечение дополнительных ресурсов, необходимых для реализации целей и осуществления самого проекта. Разработка каналов воздействия на аудиторию.

Тема 4. Планирование и бюджетирование коммуникационного проекта

Основные задачи этапа: определить характер и объем затрат; выявить и привлечь необходимые для решения проектных задач ресурсы – финансовые, информационные, кадровые, технологические, ценностные; социальные, маркетинговые; определить социальные силы поддержки.

Методы бюджетирования маркетинговых коммуникационных проектов: метод исчисления "от наличных средств"; метод исчисления "в процентах к сумме продаж"; метод конкурентного паритета; метод исчисления "исходя из целей и задач".

Предварительное составление бюджета. Обоснование расходов. Запланированное распределение по категориям расходов. Источники финансирования. Непредвиденные расходы (риски).

Статьи расходов коммуникационных проектов.

Тема 5. Окружение коммуникационного проекта

Характеристика аудитории проекта. Критерии идентификации целевой аудитории: часть населения, люди, наиболее затронутые проблемой коммуникационного проекта; часть населения, люди, наиболее легко мотивируемые на изменение поведения в отношении объекта проекта; часть

населения, люди, наиболее доступные для информационного воздействия в рамках реализации коммуникационного проекта; часть населения, люди, получающие максимальную пользу от реализации коммуникационного проекта, представленной в рамках него информации.

Сегментация целевой аудитории: основная, промежуточная, латентная; сегментация целевой аудитории: первичная и вторичная.

Тема 6. Разработка медиаплана

Документы, входящие в медиаплан: бриф, обоснование медиастратегии, график, блок-схема. Изучение исходных данных.

Разработка медиаплана. Оптимизация медиаплана. Согласование. Реализация медиаплана. Анализ реализованного медиаплана. Коррекция медиаплана.

Тема 7. Оценка ресурсов проекта.

Виды ресурсов коммуникационного проекта. Правовое обеспечение коммуникационного проекта. Нормативная база проекта. Финансовое обеспечение проекта. Материально-технические, человеческие, интеллектуальные ресурсы. Матрица обеспеченности ресурсами. Конфликт ресурсов.

Тема 8. Управление временными параметрами проекта

Понятие «время исполнения проекта». Управление временными параметрами. План – график коммуникационного проекта. Равномерность информационно-коммуникационного воздействия на представителей целевой аудитории. Согласование временных промежутков проекта по различным коммуникационным технологиям.

Тема 9. Команда коммуникационного проекта

Группа специалистов, обладающих требуемыми для реализации проекта уровнем квалификации, профессионализма, знаниями и опытом. Квалификация руководителя и членов команды. Ответственность. Компетенции членов команды. Мотивация команды. Конфликты и методы их разрешения. Заказчик коммуникационного проекта. Принципы эффективной команды. Матрица ответственности и исполнения этапов проекта.

Тема 10. Информационно-коммуникационные технологии в управлении проектами

Технология анализа ситуации. Понятие и структура ситуации. Технология анализа проблем. Технологии выявления, характеристики и формирования аудитории проекта. Этапы определения аудитории проекта. Социальные критерии сегментирования коммуникационной среды. Ситуация как модель анализа аудитории проекта. Спрос как основная характеристика нормативного потребительского поведения: механизмы и технологии формирования.

Психолого–поведенческие критерии выявления и характеристики аудитории.

Тема 11. Мониторинг и контроль проекта

Цели и содержание мониторинга. Контроль. Основные этапы контроля. Определение контрольных точек проекта. Основные методы оценки развития проекта.

Тема 12. Риски проекта

Виды рисков. Планирование рисков. Известные и неизвестные риски. Управление рисками. Затраты на риски. Риски антикризисного коммуникационного проекта. Прерывание коммуникаций. Изменение коммуникационного потока. Последствия рисков в коммуникационном проекте. Качественная и количественная оценка рисков.

Тема 13. Управление коммуникациями проекта

Проектная информация. Сбор и распределение информации. Виды коммуникаций в проекте: внутренние (внутри команды проекта) и внешние (с руководством компании, заказчиком, внешними организациями и т. д.); формальные (отчеты, запросы, совещания) и неформальные (напоминания, обсуждения); письменные и устные; вертикальные и горизонтальные. Документация проекта.

Тема 14. Эффективность коммуникационного проекта

Ожидаемые результаты проекта. Оценка эффективности проекта. Основные подходы к оценке эффективности проекта: оценка степени достижения цели, задач проекта; соотношение затраченных ресурсов и полученного результата; изменение предмета проектирования. Количественные и качественные методы оценки.

4.4. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ темы	Наименование практических занятий	Всего часов	
1	Проектная культура и профессиональная успешность специалиста. Замысел и разработка идеи коммуникационного проекта.	2	
2	Виды коммуникационных проектов Проект как управление изменениями.	2	
3	Анализ факторов, способствующих достижению целей проекта	2	
4	Методы бюджетирования маркетинговых коммуникационных проектов. Декомпозиция проекта	2	
5	Целевые группы проекта и их влияние на достижение целей проекта	2	

6	Подготовка брифа. Разработка коммуникационных каналов	2	
7	Нормативная база проекта. Ресурсное обеспечение проекта	2	
8	Согласование временных промежутков проекта по различным коммуникационным технологиям.	2	
9	Мотивация команды. Конфликты и методы их разрешения.	2	
10	Психолого–поведенческие критерии выявления и характеристики аудитории проекта	2	
11	Цели и содержание мониторинга. Контроль проекта.	2	
12	Социально–культурные особенности PR- проекта	2	
13	Проектная информация. Документация проекта.	2	
14	Праздник как социальное явление и форма коммуникации	2	
Итого часов		28	

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для эффективного освоения курса дисциплины и сформированности заявленных компетенций темы дисциплины сопровождаются методическими материалами (методические указания по самостоятельной работе, практикум, др. учебные и методические материалы), которые размещены в moodle и в электронном виде на кафедре ИТУвГСБ.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Учет успеваемости обучающегося по дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале:

максимальное количество баллов по дисциплине за один семестр – 100;

максимальное количество баллов за выполнение всех видов текущего контроля - 70;

максимальное количество баллов за посещение лекционных занятий - 10;

максимальное количество баллов за прохождение промежуточной аттестации - 20;

максимальное количество дополнительных баллов – 10.

6.1. Текущий контроль

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине. Фонды оценочных средств входят в состав РПД на правах отдельного документа.

6.2. Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен.

Форма проведения экзамена –устный опрос по билетам

Планируемые результаты обучения: формирование компетенций: ПК-5, ПК-6.

Вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине

ПК-5, (ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3), ПК-6 (ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3)

1. Социальное проектирование как методологический и технологический ресурс маркетинговых технологий.
2. Замысел и разработка идеи коммуникационного проекта.
3. Структура и масштаб коммуникационного проекта.
4. Факторы среды.
5. Средства проектирования Методы.
6. Структурирование проекта и ресурсный анализ
7. Диагностика совокупности проблем среды.
8. Основные участники проекта и их функции.
9. Социальная миссия и цель проекта. Задачи коммуникационного проекта.
- 10.Целевая аудитория проекта (на примере).
- 11.Критерии идентификации целевой аудитории.
- 12.Технологии реализации проекта.
- 13.Команда коммуникационного проекта
- 14.Правовое обеспечение коммуникационного проекта.
15. Нормативная база проекта.
16. Финансовое обеспечение проекта.
17. Ресурсное обеспечение проекта.
18. Разработка медиаплана
- 19.Согласование и реализация медиаплана.
- 20.Материально-технические, человеческие, интеллектуальные ресурсы.
- 21.Матрица обеспеченности ресурсами.
- 22.Разработка каналов воздействия на аудиторию.
- 23.Методы бюджетирования маркетинговых коммуникационных проектов
- 24.Управление временными параметрами. План – график коммуникационного проекта.
25. Равномерность информационно-коммуникационного воздействия на представителей целевой аудитории.
- 26.Согласование временных промежутков проекта по различным коммуникационным технологиям.

- 27.Квалификация руководителя и членов команды коммуникационного проекта.
- 28.Ответственность. Компетенции членов команды.
29. Мотивация команды.
- 30.Маркетинговые исследования как основа эффективного управления коммуникационными проектами.
- 31.Конфликты и методы их разрешения.
- 32.Заказчик коммуникационного проекта.
- 33.Принципы эффективной команды.
- 34.Матрица ответственности и исполнения этапов проекта.
- 35.Технология анализа ситуации коммуникационного проекта.
- 36.Технологии выявления, характеристики и формирования аудитории проекта.
- 37.Социальные критерии сегментирования коммуникационной среды.
- 38.Цели и содержание мониторинга.
- 39.Основные этапы контроля. Определение контрольных точек проекта.
- 40.Основные методы оценки развития проекта.
- 41.Виды рисков. Планирование рисков.
- 42.Управление рисками. Затраты на риски.
- 43.Проектная информация.
- 44.Сбор и распределение информации.
45. Виды коммуникаций в проекте
- 46.Документация проекта.
- 47.Ожидаемые результаты проекта. Оценка эффективности проекта.
48. Основные подходы к оценке эффективности проекта
49. Количественные и качественные методы оценки.
- 50.Коммуникационное проектирование в органах власти.

6.3. Балльно-рейтинговая система оценивания

Распределение баллов по видам учебной работы

Вид учебной работы, за которую ставятся баллы	Баллы
Посещение лекционных занятий	10
Практические задания	60
Доклады	10
Промежуточная аттестация	20
ИТОГО	100

Распределение дополнительных баллов

Дополнительные баллы (баллы, которые могут быть добавлены до 100)	Баллы
Участие в конференции	10

ИТОГО	10
--------------	-----------

Минимальное количество баллов для допуска до промежуточной аттестации составляет 40 баллов при условии выполнения всех видов текущего контроля.

Балльная шкала итоговой оценки на экзамене

Оценка	Баллы
Отлично	80 -100
Хорошо	65-79
Удовлетворительно	40-64
Неудовлетворительно	0-39

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации ко всем видам аудиторных занятий, а также методические рекомендации по организации самостоятельной работы, в том числе по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации представлены в Методических рекомендациях для обучающихся по освоению дисциплины «Управление коммуникационными проектами».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва :Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425190>
2. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1059463> (
3. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва :Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433656>

4. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" / Бузин В.Н., Бузина Т.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-238-01769-3 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872862>

б) Дополнительная литература:

1. Управление проектами: фундаментальный курс: учебник / под ред. В.М. Аньшина, О.Н. Ильиной. – М. Издательство Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. – 618 с.
2. Проектирование рекламных и PR-кампаний: учебное пособие/ Отв. ред. Д.К. Сабирова. – Казань: Изд-во КНИТУ-КАИ, 2015.
3. Мазур И.И., Шапиро В.Д. и др. Управление проектами. Справочное пособие. - М.: Высшая школа, 2001 - 875 с.
4. Мазур, И. И. Управление проектами: учебное пособие / И. И. Мазур. – М.: Омега-Л, 2004 .- 235 с.

в) программное обеспечение:

1. windows 7 48130165 21.02.2011
2. office 2010 49671955 01.02.2012

Интернет-ресурсы

3. Библиотека электронная: <https://znanium.com>
4. Юрайт. Образовательная платформа: <https://urait.ru/>
5. Конкурс проектов в области развития общественных Лучник»: рекомендации по оформлению проектов. – www.luchnic.ru.
6. Конкурс проектов в области развития общественных «Хрустал апельсин»: рекомендации по оформлению проектов. – www.crystalorange.raso.ru
7. Информационный портал www.Advertology.ru
8. АКАР - <http://www.akarussia.ru/>
9. АКМР - <http://corpmedia.ru/>
- 10.АБКР - <http://www.russianbranding.ru/>
- 11.Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA):
- 12.www.ipranet.ru
- 13.Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС): www.akos.newmail.ru

Перечень информационных справочных систем

1. <http://www.consultant.ru/> - Консультант Плюс
2. <http://www.garant.ru/> - Гарант

Перечень профессиональных баз данных

1. Электронно-библиотечная система elibrary;
2. База данных Web of Science
3. База данных Scopus

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук),

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

11. Возможность применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

1. Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.