

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алена Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 16:30:54
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Лингвистика рекламных и PR-текстов

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»
Форма обучения	очная
Год начала обучения	2026
Реализуется в семестре	3-4

Разработано
Берёза И. В.
Доцент департамента
медиакоммуникаций высшей школы
креативных индустрий, кандидат
филологических наук

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения данной дисциплины: помочь студентам приобрести необходимые знания и умения для разработки рекламных и PR-текстов. Дисциплина в качестве приоритетных рассматривает такие вопросы, как принципы речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью, структурно-семантические особенности организации рекламного и PR-текста, специфика языка и стиля рекламных и PR-текстов, средства выразительности в рекламных и PR-текстах.

Задачи курса:

- повысить уровень речевой культуры будущих специалистов в сфере рекламы и PR; совершенствовать их речевые способности;
- выработать и закрепить навыки грамотной, логичной, эффективной речи в условиях публичной коммуникации;
- систематизировать знания студентов в области функционально-стилистических возможностей и выразительных средств русского языка;
- научить студентов оценивать эффективность воздействия рекламного текста или PR-текста на определенную целевую аудиторию с точки зрения выбранной коммуникативной стратегии и используемых языковых ресурсов;
- сформировать навыки отбора языковых ресурсов при разработке определенного рекламного или PR-материала;
- сформировать навыки создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского языка с учетом специфики каналов коммуникации;
- выработать у студентов необходимые навыки анализа и экспертной оценки рекламного и PR-текста с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Лингвистика рекламных и PR-текстов» относится к базовой части дисциплин. Программа разработана в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего образования по подготовке Бакалавра по направлению: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

Изучение дисциплины происходит во 2-5 семестрах.

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

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1 УК-4 выбирает приемлемый стиль делового общения на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами в устной и письменной формах;	Использовать основы установления разных видов коммуникации (устной, письменной, деловой, межкультурной, сетевой и др.) при решении задач профессиональной деятельности; виды коммуникационных технологий для академического и профессионального взаимодействия.

	<p>ИД-2 УК-4 использует информационно-коммуникационные технологии для повышения эффективности профессионального взаимодействия, поиска необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках;</p>	<p>Использовать основы установления разных видов коммуникации (устной, письменной, деловой, межкультурной, сетевой и др.) при решении задач профессиональной деятельности; виды коммуникационных технологий для академического и профессионального взаимодействия.</p>
	<p>ИД-3 УК-4 оценивает эффективность применяемых коммуникативных технологий в профессиональном взаимодействии на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках, производит выбор оптимальных.</p>	<p>Применять навыки современных коммуникационных технологий, в том числе на иностранном(-ых) языке(-ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>
<p>ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>ИД-1 ОПК-1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p> <p>ИД-2 ОПК-1 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Применяет современные компьютерные технологии, в том числе на иностранных языках с опорой на анализ и специфику разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия</p> <p>Способен осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
<p>ПК-1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>	<p>ИД-1 ПК-1 Знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>ИД-2 ПК-1 Способен учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Обладает базовыми знаниями и креативными решениями при создании текста коммуникационного продукта</p> <p>Знания условий и факторов эффективной речевой коммуникации на этапе написания текста, его</p>

	при создании тексты рекламы и связей с общественностью.	встраивания в конкретную речевую ситуацию предстоящего выступления.
	ИД-3 ПК-1 Владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта.	Обладает коммуникативными навыками как в устной, так и в письменной формах речи, создает тексты различной жанровой принадлежности и коммуникативной заданности.

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий: всего: 7 з.е., 252 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	34/0
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	50/0
Самостоятельная работа	105
Формы контроля	
Экзамен	63
Зачет	-
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	нет

* Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (если иное не установлено образовательным стандартом)

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма			Самостоятельная работа, часов	Форма текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
3 семестр							
1	Специфика речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью	УК-4 ИД-1 УК-4,	2	2	-	10	Собеседо

	<p>Понятие речевой коммуникации. Язык и мышление. Гипотеза Сепира – Уорфа. Понятия языка и речи. Модели коммуникации. Речевая деятельность и эффективность речевой коммуникации. Проблема соотношения «продвигающей» (маркетинговой) и эстетической информации в рекламных и PR-текстах. Структурно-семиотическая организация креолизованного рекламного и PR-текста. Речевое воздействие и суггестивность рекламного и PR-текста. Сенсорная организация рекламного и PR-текста: зрительное и слуховое восприятие.</p>	<p>ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 О П К - 1 И Д - 1 О П К - 1, И Д - 2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1</p>					вани е
2	<p>Фонетическая организация рекламных и PR-текстов Понятие фонетики. Единицы фонетики. Фонема и звук. Аспекты изучения фонетики. Артикуляционный аспект фонетики. Устройство речевого аппарата. Фазы артикуляции. Артикуляционная характеристика гласных и согласных звуков. Акустический аспект фонетики. Акустическая характеристика звуков. Перцептивный аспект фонетики.</p>	<p>УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1</p>	2	4	-	10	Собеседование
3	<p>Позиционные и комбинаторные процессы в потоке речи. Изменения звуков в потоке речи. Позиционные процессы в потоке речи. Комбинаторные процессы в потоке речи. Фонетические и исторические чередования. Фонетическая транскрипция.</p>	<p>УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1</p>	2	4	-	10	Собеседование
4	<p>Сегментные и суперсегментные единицы звучащей речи. Синтагматическое членение звукового потока в речи. Интонационные конструкции в организации рекламного и PR-текста. Семантизация суперсегментных средств звучащей речи в рекламном тексте. Подражания ритмам и музыкальным формам в рекламном тексте.</p>	<p>УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-</p>	2	2	-	10	Собеседование

		1, ИД-3 ПК-1					
5	Фонология. Состав фонем русского языка. Сильные и слабые позиции фонем. Фонетическая реализация согласных фонем русского языка. Фонетическая реализация гласных фонем. Компьютерные программы анализа и разработки фонологической структуры текста; их использование в сфере рекламной и PR-коммуникации.	УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1	4	2	-	10	Колл окви ум
6	Выразительные возможности фонетической системы русского языка. Принципы моделирования структуры рекламного и PR-текста. Компрессия в рекламной и PR-речи. Деконструкция и синтактика фонетических единиц в структуре «воздействующего» текста. Способы семантизации фонетических отслоений в структуре рекламного и PR-текста (звукоподражание, звукоимитация). Способы организации звуковых фигур (звуковой лейтмотив, паронимическая атакция). Анаграммирование имени бренда в структуре рекламного текста.	УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1	4	2	-	10	Собе седо вани е
7	Орфоэпия. Графика. Орфография. Роль орфоэпической грамотности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью. Орфоэпические нормы в области гласных и согласных, в отдельных грамматических формах, заимствованных слов. Фонетические ошибки в рекламном и PR-тексте: дисфония, случайная рифма, переразложение. Графика и орфография как ресурс выразительности в рекламных и PR-текстах. Основы русской графики. Слоговой принцип русской графики. Понятие графемы. Орфография как ресурс языковой игры в рекламной и PR-коммуникации. Орфография. Основные принципы русской орфографии. Коммуникативные неудачи в звуковой организации речи в сфере медийного дискурса: случайные звуковые повторы; неуместная рифма и пр.	УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1	2	2	-	12	Собе седо вани е
ИТОГО за 3 семестр			18	18	-	72	
4 семестр							
1	Морфологический строй в структуре медийно-рекламного текста: именной и глагольный типы. Структурообразующая роль грамматического повтора в медийно-рекламном тексте. Морфемика. Морфема и	УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3	4	6	-	4	Собе седо вани е

	морф. Субморфы. Типы морфем в русском языке. Регулярность и нерегулярность аффиксов. Продуктивность и непродуктивность аффиксов. Уникальные морфемы. Исторические изменения в морфемном составе слов.	УК-4 О П К - 1 И Д - 1 О П К - 1 , И Д - 2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1					
2	Новые тенденции в современном медийном словотворчестве. Словообразование. Диахрония и синхрония в словообразовании. Основные исследовательские методы словообразования. Морфонологические явления. Словообразовательная структура производного слова. Способы словообразования в современном русском языке. Компрессивное словообразование в рекламных и PR-текстах. Окказиональное словообразование как источник языковой игры в рекламных и PR-текстах. Основные словообразовательные ошибки.	УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1	2	6	-	4	Собеседование
3	Стилистическое использование форм имен существительных в структуре рекламного и PR-текста. Части речи. Понятие формы слова. Синтетические и аналитические формы слов, супплетивные формы. Имя существительное как часть речи. Лексико-грамматические разряды существительных. Категория одушевленности – неодушевленности. Категория рода. Категория числа. Категория падежа. Наиболее частотные ошибки в употреблении имен существительных в рекламном и PR-дискурсе.	УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1	2	4	-	4	Собеседование
4	Стилистическое использование форм имен прилагательных и имен числительных в структуре рекламного и PR-текста. Имя прилагательное как часть речи. Категории рода, числа и падежа. Полные и краткие прилагательные. Категория степеней сравнения. Склонение прилагательных. Наиболее частотные ошибки в употреблении имен прилагательных в рекламном и PR-дискурсе. Имя числительное. Семантика числительных. Грамматические особенности числительных. Классификация числительных. Наиболее частотные ошибки в употреблении имен числительных в рекламном и PR-дискурсе.	УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1	2	4	-	4	Собеседование

		ПК-1					
5	Стилистическое использование местоимений в структуре рекламного и PR-текста. Местоимение. Семантика местоименных слов. Разряды изменяемых местоимений. Разряды неизменяемых местоимений (местоименных наречий). Грамматическая характеристика местоимений. Наиболее частотные ошибки в употреблении местоимений в рекламном и PR-дискурсе.	УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1	2	4	-	7	Колл окви ум
6	Стилистическое использование глагола и его особых форм в структуре рекламного и PR-текста. Глагол. Лексико-грамматические разряды глаголов. Грамматические категории глагола. Инфинитив. Причастие. Деепричастие. Наиболее частотные ошибки в употреблении глагола и его особых форм. в рекламном и PR-дискурсе.	УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1	2	4	-	6	Собе седо вани е
7	Стилистическое использование наречий и служебных частей речи в структуре рекламного и PR-текста. Наречие. Признаки наречий. Разряды наречий. Категория степеней сравнения. Проблемы разграничения наречий и слов других частей речи. Наиболее частотные ошибки в употреблении наречий в рекламном и PR-дискурсе. Служебные части речи. Предлоги, союзы, частицы. Междометие как часть речи. Грамматический повтор как принцип организации рекламного и PR-текста. Наиболее частотные ошибки в употреблении служебных частей речи в рекламном и PR-дискурсе.	УК-4 ИД-1 УК-4, ИД-2 УК-4, ИД-3 УК-4 ОПК-1 ИД-1 ОПК-1, ИД-2 ОПК-1, ПК-1 ИД-1 ПК-1, ИД-2 ПК-1, ИД-3 ПК-1	2	4	-	4	Собе седо вани е
ИТОГО за 4 семестр			16	32		33	

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) «Лингвистика рекламных и PR-текстов» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием

этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля). ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;

- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины (модуля).

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Стернин, И.А. Основы речевого воздействия : учебное пособие / И.А. Стернин. - 3-е изд., стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 289 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5732-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375253>

2. Суворова, Н.Н. Языковые и структурные особенности текста в рекламе : практикум для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью» / Н.Н. Суворова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-4475-9178-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460213>

3. Филиппова, О.А. Обучение эмоциональному речевому воздействию : учебное пособие / О.А. Филиппова. - 3-е изд., стер. - Москва : Издательство «Флинта», 2017. - 143 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765-1230-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114481>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст [Электронный ресурс]: основы редактирования. Учебное пособие для студентов вузов/ Иншакова Н.Г.—

Электрон.текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2014.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21069>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов / Е.Н. Сердобинцева. - М. : Флинта, 2010. - 81 с. - ISBN 978-5-9765-0910-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>

3. Кобякова, Т.И. Стилистика русского языка и культура речи (сфера профессиональной коммуникации) : учебное пособие / Т.И. Кобякова ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уфимский государственный университет экономики и сервиса». - Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2013. - 204 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-88469-580-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272456>

4. Мирошниченко, И.В. Лингвистический анализ текста : учебное пособие / И.В. Мирошниченко. - Москва : А-Приор, 2009. - 224 с. - (Конспект лекций). - ISBN 978-5-384-00121-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56329>

5. Гришко, Н.Д. Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы / Н.Д. Гришко. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 141 с. - ISBN 978-5-504-00484-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142345>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.

2. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

3. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ,
2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - P7-Офис

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

Лекционные занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Практические занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Самостоятельная работа	Ауд. 114, к .20 компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

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

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

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

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

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

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

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных

образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.