

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алена Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 25.05.2026 11:02:50

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

Психология рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«PR в государственных и бизнес-структурах»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	1

Разработано

Преподаватель департамента
медиакоммуникаций высшей школы
креативных индустрий
Афанасьева Елена Викторовна

Ставрополь 2026г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - обучение в вопросах, касающихся психологических особенностей протекания массовой коммуникации. Изучаемая дисциплина рассматривает влияние различных факторов на процесс коммуникации: индивидуально-психологических особенностей реципиентов и коммуникатора, мотивов и потребностей, опыта и воображения, логики и эмоций, влияние группы, влияние психологических моделей убеждающего воздействия.

Задачи освоения дисциплины:

- знакомство с основами теоретического материала по психологии массовой коммуникации;
- овладение основными понятиями и терминологией;
- формирование умений и навыков анализа психологических процессов, протекающих при массовых коммуникациях.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология рекламы и связей с общественностью» относится к дисциплинам части (обязательной/ части, формируемой участниками образовательных отношений).

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-6 способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИД-1 УК-6 устанавливает личные и профессиональные цели в соответствии с уровнем своих ресурсов и приоритетов действий, для успешного развития в избранной сфере профессиональной деятельности;	Определяет приоритеты собственной деятельности и прогнозирует пути её совершенствования
	ИД-2 УК-6 реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;	Умеет корректировать стратегию личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
	ИД-3 УК-6 критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач в избранной сфере профессиональной деятельности.	Владеет навыками критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ИД-1 ОПК-4 соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;	Применяет систему знаний при соотношении социологических данных с различными медиаресурсов и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	ИД-2 ОПК-4 использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля

Объем занятий: всего: 3 з.е., 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18/8
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/4
Самостоятельная работа	72
Формы контроля	
Экзамен	-
Зачет	-
Зачет с оценкой	+
Курсовая работа	нет

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		Формы текущего контроля
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов	Самостоятельная работа,	

			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Основы психологии рекламы Психология рекламы как отрасль психологии, основные понятия и определения. Психология рекламы как отрасль психологии, основные понятия и определения. Предмет, объект, задачи и проблемы психологии рекламы. Психология рекламы как прикладная дисциплина. История развития психологии рекламы, основные подходы и направления. Психология рекламы на рубеже XIX–XX столетий. Изучение феномена рекламы в социальной и экономической психологии. Социально-ориентированный подход в психологии рекламы. Изучение влияния рекламы на «нецелевые группы», на общество, культуру, на социальные нормы и ценности. Психология рекламной коммуникации. Психологические методы исследования рекламы. Функции психолога в обеспечении рекламной кампании	УК-6 ОПК-4	2	2	-	10	Собеседование, ситуационная задача
2	Психологическое воздействие рекламы Виды психологического воздействия. Влияние и манипуляция. Реклама как форма манипуляции сознанием. Основные признаки манипулятивного воздействия рекламы. Приемы защиты от манипулятивного воздействия. Механизмы психологического воздействия рекламы. Идентификация и эмпатия как механизмы воздействия рекламы. Эмоциональное заражение, подражание, латентное научение. Формирование установки как основной механизм воздействия рекламы. Использование когнитивного диссонанса как механизма рекламного воздействия. Внушение и убеждение в рекламе. Факторы эффективного внушения.	УК-6 ОПК-4	2	2	-	11	Коллоквиум, ситуационная задача
3	Когнитивные процессы в рекламе Воздействие рекламы на когнитивную сферу потребителя. Ощущения в условиях рекламных воздействий. Восприятие рекламного продукта. Использование закономерностей ощущений и восприятия в рекламе. Виды ощущений. Феномен синестезии, его использование в рекламе. Свойства и принципы восприятия, их применение в рекламе. Виды эмоциональных состояний. Приемы	УК-6 ОПК-4	2	2/2	-	10	Коллоквиум, ситуационная задача

	повышения эмоциональности рекламных сообщений. Роль негативных и позитивных эмоций в восприятии рекламного продукта						
4	Психология потребительского поведения Психология целевой аудитории. Психологические теории управления поведением. Психология отношения потребителя к рекламе. Механизмы этапы принятия решения о покупке. Типы принятия решений и поведение потребителей. Мотивация потребительского поведения. Концепция «рекламно-информационного комфорта». Модель личности потребителя. Виды сегментирования потребителей. Типология потребителей по отношению к инновациям: инноваторы, ранние адапторы, раннее меньшинство, позднее большинство, поздние адапторы	УК-6 ОПК-4	2	2	-	10	Собеседование, ситуационная задача
5	Психологическая экспертиза рекламы Психологическая экспертиза рекламы с точки зрения эффективности рекламного воздействия. Критерии эффективности рекламного воздействия. Соотношение экономической и психологической эффективности рекламы. Методы анализа эффективности рекламного воздействия. Пятиранговая шкала психологической эффективности рекламы. Шестиранговая шкала психологической эффективности рекламы. Рекламное сообщение как единство вербальных и невербальных смысловых компонентов (И. Имшинецкая). Вербальные компоненты: имя (фирмы, бренда, вообще объекта рекламы), слово (строительный материал текста), слоган. Невербальные компоненты: образ (информация, зашифрованная и переданная в изюбре), композиция (соразмещение образа и текста). Корректность рекламы с точки зрения обеспечения психологической безопасности потребителей рекламы. Последствия некорректной рекламы. Психотехническая матрица рекламного воздействия. Виды психологически опасных манипуляций в рекламе. Вынесение экспертного заключения. Правовое регулирование деятельности психолога в рекламе	УК-6 ОПК-4	2	2	-	11	Коллоквиум, доклад
6	Вербальные и невербальные коммуникации в PR. Одностороннее информирование без обратных связей. Одностороннее информирование через СМИ. «Двусторонняя асимметричная модель». «Двусторонняя симметричная модель». Коммуникационные барьеры в PR и методы их устранения	УК-6 ОПК-4	2	2	-	10	Собеседование, ситуационная задача

7	Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий. Психология PR-взаимодействия со средствами массовой информации 1. Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий Фасилитация: коммуникационная технология решения проблем в процессе групповой работы. Медиация: PR-технология разрешения конфликтов на конструктивной основе. Промоушен. Психологические методы в PR-деятельности: организационные, эмпирические, методы обработки результатов, интерпретационные. Работа с основными группами общественности. Отношения с потребителями. Отношения с сотрудниками организации. Отношения с государством и местной общественностью. Отношения с инвесторами 2. Психология PR-взаимодействия со средствами массовой информации Психологические характеристики СМИ: цели, задачи, функции, права и обязанности. Психология интереса к продукции СМИ. Психологические характеристики творческих работников СМИ как субъектов PR-взаимодействий. Особенности информационных кампаний в СМИ. Интернет и PR. Медиапсихология. Психология медиа-коммуникативного взаимодействия с массмедиа. Медиа-иммунитет и медиакомпетентность.	УК-6 ОПК-4	2	2/2	-	10	Собеседование, доклад
8	Модели влияния рекламы. Информационные модели. AIDA. ACCA. DIBABA. DAGMAR. Модель одобрения. Определение структуры рекламной коммуникации и ее динамических аспектов. Модели массовой коммуникации. Модель Лассуэла. Модель Майерса. Модель Лесли и Мак Клина. Смешанные модели. Матрица Холланда и Джаниса. Структурно-динамическая модель рекламной коммуникации. Социально-психологическая модель мнимого коммуникатора. Разработка творческой идеи рекламного сообщения. Матрица Росситера-Персимы	УК-6 ОПК-4					Собеседование, доклад
9	Психология цвета в рекламе и связях с общественностью. Цветовые круги. Содержание цвета в логотипах брендов. Значение основных и дополнительных цветов в культурах стран.	УК-6 ОПК-4					Собеседование, ситуационная задача
ИТОГО			18	18/4	-	72	

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) Психология рекламы и связей с общественностью 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 (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически заверченный раздел.

Лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов *(включается при наличии соответствующих занятий)*.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области *(включается при наличии соответствующих занятий)*.

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. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум / Н. В. Антонова – М. : Юрайт, 2015. – 374 с. - ISBN 978-5-9916-4455-6
2. Двинянинова, Е.Н. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е.Н. Двинянинова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. - 156 с. - Библиогр.: с. 148 - 152 - ISBN 978-5-8158-2008-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494306>
3. Кошелева, А.Н. Психология Интернет-коммуникации : учебно-методический комплекс / А.Н. Кошелева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена». - СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2015. - 27 с. : табл. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435445>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности / М.А. Измайлова. – 3-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 444 с. : ил. – Режим доступа: по

подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02557-0.

2. Мандель, Б.Р. Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура) / Б.Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 381 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270327> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр.: с. 367-369. – ISBN 978-5-4499-0062-3.

3. Психология рекламной деятельности : [16+] / сост. Е.В. Кривцова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет». – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2016. – 106 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481621> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8353-2045-5.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю):

1. Методические рекомендации по выполнению практических заданий по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью». Ставрополь, 2026.

2. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью». Ставрополь, 2026.

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

1. <http://www.Adme.ru>. – Видеохостинг креативной рекламы.

2. <http://www.BrandsInfo.ru>. – Каталог историй появления знаменитых брендов со всего мира.

3. <http://www.intv.ru>. – Видеохостинг (видеоархив, интернет-телевидение).

4. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

5. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

6. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.

7. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

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 - Р7-Офис

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

Лекционные занятия	Короткофокус.мультимедиа-проектор EpsonEB-536Wi с настен.креплен ELPMB45, Монитор ЖК 24 DELL черный DELL E2416H/416H-1965/DELL E2406H21.5 LEDmonitor TN.VGA DP 1920x1080 Tilt Black.3Y, ПК для лекцион.аудит.DeII OptiPlex3040i3-6100(3.7GHz.3M.DC)4(1x4)GBDDR3L1600MHz. GMA HD4400.DVD+RW) черный с клавиатурой со считывателем смарт-карт; 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. Доска магнитно-маркерная, переносной ноутбук LenovoG580 15.6 HDLEDB950 2 Gb.320GDWDRW, переносной мультимедийный видеопроектор AcerX1261P.
Практические занятия	Короткофокус.мультимедиа-проектор EpsonEB-536Wi с настен.креплен ELPMB45, Монитор ЖК 24 DELL черный DELL E2416H/416H-1965/DELL E2406H21.5 LEDmonitor TN.VGA DP 1920x1080 Tilt Black.3Y, ПК для лекцион.аудит.DeII OptiPlex3040i3-6100(3.7GHz.3M.DC)4(1x4)GBDDR3L1600MHz. GMA HD4400.DVD+RW) черный с клавиатурой со считывателем смарт-карт; 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. Доска магнитно-маркерная, переносной ноутбук LenovoG580 15.6 HDLEDB950 2 Gb.320GDWDRW, переносной мультимедийный видеопроектор AcerX1261P.
Самостоятельная работа	компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде. Специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации.

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, научно-исследовательской работы обучающихся (переносной ноутбук, переносной проектор, компьютеры с необходимым программным обеспечением и выходом в интернет).

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) 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 (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) 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 (модуля) 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.