

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алена Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 25.05.2026 14:04:38

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

Медиапсихология

Направление подготовки	42.04.02 – Журналистика
Направленность (профиль)	«Медиаменеджмент и медиааналитика»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	1 и 2

Разработано

Старший преподаватель
департамента медиакоммуникаций
Пасикова Оксана Николаевна

Ставрополь 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - ознакомить студентов с новой отраслью психологической науки, изучающей процессы медиапроизводства, медиапотребления, формирования медиакомпетентности и медиаиммунитета (медиазащищенности). 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.

Курс направлен на формирование научных представлений о психологических проблемах современных медиакоммуникаций, на ознакомление студентов с современным состоянием социально-психологических исследований массмедиа, которые играют все более возрастающую роль в поликультурном медиамире.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать у студентов научные представления о медиапсихологии, ее предметной области, принципах и направлениях;
- создать у студентов целостное представление о системах массмедиа, их роли, функциях видах в современном мире;
- 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;
- раскрыть психологические основы медиапроизводства и медиапотребления.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиапсихология» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений профиля «Медиаменеджмент и медиааналитика».

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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-1 УК-6. Ориентируется в способах саморазвития и самореализации, возможностях совершенствования собственной деятельности на основе самооценки.	Умеет ориентироваться в способах саморазвития и самореализации, возможностях совершенствования собственной деятельности на основе самооценки.
	ИД-2 УК-6 Осуществляет контроль и оценку собственной деятельности на основе личностных и профессиональных приоритетов	Способен осуществлять контроль и оценку собственной деятельности на основе личностных и профессиональных приоритетов
ПК-2. Способен осуществлять авторскую	ИД-1 ПК-2. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт любого	Способен подготовить к публикации журналистский текст (или) продукт любого

деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики СМИ / медиа	уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа.	уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа.
	ИД-2 ПК-2. Анализирует информационную повестку интернет-СМИ и журналистскую деятельность.	Умеет анализировать информационную повестку интернет-СМИ и журналистскую деятельность.

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля

Объем занятий: всего: 5 з.е., 180 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0/0
Практических занятий/из них практическая подготовка	46/0
Самостоятельная работа	62
Формы контроля	
Экзамен	54
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				Форма контроля
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1 семестр							
1	Предметное поле медиапсихологии. Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками. Вклад данных наук в медиапсихологию. Базовые понятия. Задачи и направления медиапсихологических	УК-6 ИД-1 _{УК-6} ИД-2 _{УК-6} ПК-2 ИД-1 _{ПК-2}	2/0	2/0	-	4	Собеседование

	исследований. Категории и принципы медиапсихологии. Зарубежные и отечественные представители медиапсихологии и их вклад в развитие данной отрасли. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций.	ИД-2ПК-2					
2	Методы медиапсихологии. Подходы к исследованию массмедиа (общепсихологический, социально-психологический, социологический). Методы исследования массовых коммуникаций. Медиаметрия. Рейтинг. Опрос. Интервью. Беседа. Тесты. Контент-анализ. Групповые дискуссии. Метод фокус-групп. Мета-анализ.	УК-6 ИД-1УК-6 ИД-2УК-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2	2/0	2/0	-	4	Собеседование
3	История становления и развития массмедиа. Массмедиа как психологический феномен. Возникновение и развитие СМИ. Классификация медиа. Современные виды медиа как совокупность самостоятельных видов деятельности. Каналы массмедиа. История эмпирического изучения массмедиа. Социально-психологические функции медиа в современном обществе. Медиа как агент социализации. Теории социализации и эффекты воздействия СМИ. Роль медиа в социальном конструировании реальности.	УК-6 ИД-1УК-6 ИД-2УК-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2	2/0	2/0	-	4	Собеседование
4	Массмедиа и культура. Фактор культуры в медиапсихологических исследованиях. Культура как психологический феномен, как система информации и как коммуникация. Процессы глобализации и культура. Мультимедиа как феномен культуры, средство коммуникаций и культурного обмена. Социально-психологические функции массмедиа в современной культуре и современные тенденции развития массовых коммуникаций. СМИ и культура: эффекты взаимодействия.	УК-6 ИД-1УК-6 ИД-2УК-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2	2/0	2/0	-	4	Собеседование
5	Психологическое исследование медиакультуры: проблемы и перспективы. Медиакультура как социально-психологический феномен. Медиакультура как особый тип организационной культуры. Феноменология, теория и подходы к исследованию медиакультуры. Теоретическая и практическая значимость исследований медиакультуры для развития медиапсихологии. Социально-психологические функции медиакультуры. Психологические проблемы медиакультуры как новой социальной реальности человеческого общества. Медиакультура личности. Медиакультура отдельных социальных сообществ, социальных систем и групп. Медиакультура общества в целом.	УК-6 ИД-1УК-6 ИД-2УК-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2	2/0	2/0	-	4	Собеседование
6	Психология медиапроизводства в поликультурном мире. Психологические	УК-6 ИД-1УК-6	2/0	2/0	-	4	Собеседование

	основы функционирования медиа. Модели функционирования СМИ. Теории взаимодействия средств массовых коммуникаций и аудитории. Изучение эффектов воздействия массмедиа на личность как основная задача медиапсихологии. Виды телевизионной продукции. Медиапродукция как предмет медиапсихологии. Медиапланирование как процесс определения целей и стратегий эффективного использования СМИ. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию. Современные медиапродукты. Массмедиа как инструмент манипуляции и средство медиатерапии. Психологическая типология медиатекстов. Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории.	ИД-2ук-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2					
7	Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам. Аудитория как объект и субъект коммуникации. Виды аудитории (потенциальная, реальная, базовая). Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медикоммуникативного взаимодействия. Условия, факторы, стратегии и каналы продвижения медиапроектов. Психологические механизмы восприятия медиа. Процессы массовизации и индивидуализации потребления медиапродуктов. Психология восприятия образов, транслируемых массмедиа. Изучение потребностей и личностных ценностей аудитории. Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Анализ эмпирических исследований восприятия коммуникаторов массмедиа. Теории влияния СМИ на аудиторию.	УК-6 ИД-1ук-6 ИД-2ук-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2	2/0	2/0	-	4	Собеседование
8	Психология медиакоммуникативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории. Анализ современных исследований в области медиаэффектов Изучение влияния телевидения и Интернета на детей и молодежную аудиторию как приоритетное направление медиапсихологии. Влияние массмедиа на когнитивное и эмоциональное развитие молодежи. Влияние массмедиа на досуговые практики молодежи. Психологические особенности Интернет-культуры. Психологическое содержание понятия «виртуальная реальность». Психологические характеристики интернет-коммуникации.	УК-6 ИД-1ук-6 ИД-2ук-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2	2/0	2/0	-	4	Собеседование, проект
9	Медиаобразование как проблема медиапсихологии	УК-6 ИД-1ук-6	2/0	2/0	-	4	Собеседование

	Цель и задачи медиаобразования. История медиаобразования. Связь медиаобразования с другими науками. Формы медиаобразования. Варианты проведения медиаобразовательных занятий. Зарубежные и отечественные концепции медиаобразования. Медиаобразование и проблема информационно-психологической безопасности личности. СМИ и проблема «информационного иммунитета». Понятие «информационного менталитета». Исследование СМИ как медиаобразовательной системы. Направления медиаобразования. Медиаобразовательные проекты как фактор преодоления социокультурных, психологических барьеров в коммуникативной сфере.	ИД-2ук-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2					
	ИТОГО		18/0	18/0	-	36	
2 семестр							
10	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 ИД-1ук-6 ИД-2ук-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2	-	4/0	-	2	Собеседование, ситуационная задача
11	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	УК-6 ИД-1ук-6 ИД-2ук-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2	-	4/0	-	4	Собеседование, ситуационная задача

	когнитивного диссонанса как механизма рекламного воздействия. Внушение и убеждение в рекламе. Факторы эффективного внушения.						
12	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 повышения эмоциональности рекламных сообщений. Роль негативных и позитивных эмоций в восприятии рекламного продукта	УК-6 ИД-1 _{УК-6} ИД-2 _{УК-6} ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} ИД-2 _{ПК-2}	-	4/0	-	2	Собеседование, доклад, ситуационная задача
13	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 ИД-1 _{УК-6} ИД-2 _{УК-6} ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} ИД-2 _{ПК-2}	-	2/0	-	4	Собеседование, доклад
14	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	УК-6 ИД-1 _{УК-6} ИД-2 _{УК-6} ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} ИД-2 _{ПК-2}	-	2/0	-	2	Собеседование

	(информация, зашифрованная и переданная в изоряде), 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						
15	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 ИД-1 _{УК-6} ИД-2 _{УК-6} ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} ИД-2 _{ПК-2}	-	2/0	-	2	Собеседование
16	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.	УК-6 ИД-1 _{УК-6} ИД-2 _{УК-6} ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} ИД-2 _{ПК-2}	-	4/0	-	4	Собеседование
17	Модели влияния рекламы. Информационные модели. AIDA. ACCA.	УК-6 ИД-1 _{УК-6}	-	2/0	-	2	Собеседование

	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	ИД-2ук-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2					
18	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 ИД-1ук-6 ИД-2ук-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2	-	2/0	-	2	Собеседование
19	Медиаиммунитет и медиакомпетентность как условия эффективного поведения и информационной безопасности личности в современном медиамире Компетентность и психологическая культура личности. Медиакомпетентность как результат медиаобразования и свойство личности. Медиакоммуникативная компетентность, медиаграмотность, медиаобразованность, медиазащищенность: соотношение понятий. Структура и критерии медиакомпетентности. Виды грамотности и образованности в отношении к СМИ (по Майровицу). Понятие «медиаиммунитет». Анализ программ формирования медиакомпетентности	УК-6 ИД-1ук-6 ИД-2ук-6 ПК-2 ИД-1ПК-2 ИД-2ПК-2	-	2/0	-	2	Собеседование
	ИТОГО		-	28/0	-	26	

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 «Медиапсихология» 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 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. 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. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Изд-во гуманит. университет, 2007.

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. Жижина М. В. Курс «Основы медиапсихологии»: Учебно – методическое пособие. – Саратов: ИЦ «Наука», 2008. – 50 с.

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

1. Методические рекомендации по выполнению практических заданий по дисциплине «Медиапсихология». Ставрополь, 2026.

2. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Медиапсихология». 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

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.