



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный технологический институт
(технический университет)»
(СПбГТИ(ТУ))

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной
и методической работе

Б.В.Пекаревский

« » 2019г.



Рабочая программа модуля
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы:

Реклама и связи с общественностью

Уровень подготовки

Бакалавриат

Форма обучения

Очная

Факультет
Кафедра

Экономики и менеджмента
Управления персоналом и рекламы

Санкт-Петербург

2019

Оглавление

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	3
2. Место модуля в структуре образовательной программы.....	6
3. Объем модуля	6
4. Содержание модуля	7
4.1. Разделы модуля и виды занятий.....	7
4.2. Занятия лекционного типа	8
4.3. Занятия семинарского типа.....	11
4.3.1. Семинары, практические занятия	11
4.3.2. Лабораторные работы	16
4.4. Самостоятельная работа обучающихся	20
4.5. Курсовое проектирование.....	23
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю	23
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.....	23
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения модуля	23
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля	24
9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля	26
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю	27
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю	27
12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.	28

Приложение 1. Фонд оценочных средств по модулю «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»

Приложение 2. Пример портфолио обучающегося по модулю «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по модулю:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Знать: Специфику мировой и отечественной культуры на примере рекламы, виды каналов распространения рекламы. Этапы создания и особенности медиапродуктов. Уметь: Создавать уникальное торговое предложение различными средствами рекламы, публичными продажами, как элементов культурного процесса. Владеть: Навыками понимания отечественного и мирового культурного процесса, их планирования и организации.
		ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Знать: Достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности. Уметь: Разбираться в стилях и средствах художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью. Владеть: Навыками работы в области оценки рекламной продукции и эффективности рекламных кампаний.

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: Основы политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем. Уметь: Проводить оценку медиакоммуникационных систем и мероприятий используя правовые, экономические и политические регулирующие факторы и нормы. Владеть: Навыками сбора и правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
		ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать: Специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. Нестандартные подходы к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий. Современные технологии при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. Уметь: Планировать профессиональную деятельность коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью.

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
				Формировать бюджет для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий. Владеть: Навыками планирования и организации эффективных коммуникационных кампаний и мероприятий конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Место модуля в структуре образовательной программы

Модуль относится к модулям Блока 1 (Б1.О.10) и изучается на 1 курсе, в 1,2 и 3 триместрах.

Полученные в процессе изучения модуля Теория и практика рекламы и связей с общественностью знания, умения и навыки могут быть использованы для дальнейшего изучения таких модулей, как: «Маркетинг», «Копирайтинг», «Разработка рекламной продукции».

3. Объем модуля

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Очная форма обучения
Общая трудоемкость модуля (зачетных единиц/ академических часов)	17/612
Контактная работа с преподавателем:	234
<i>1.занятия лекционного типа, в т.ч.</i>	52
<i>1.1. занятия лекционного типа 1 триместра</i>	22
<i>1.2.занятия лекционного типа 2 триместра</i>	20
<i>1.3 занятия лекционного типа 3 триместра</i>	10
2. занятия семинарского типа, в т.ч.	182
2.1. семинары, практические занятия	104
<i>2.1.1 практические занятия 1 триместра</i>	24
<i>2.1.2. практические занятия 2 триместра</i>	16
<i>2.1.3. практические занятия 3 триместра</i>	64
2.2. лабораторные работы	78
<i>2.2.1. лабораторные работы 1 триместра</i>	26
<i>2.2.2. лабораторные работы 2 триместра</i>	40
<i>2.2.3. лабораторные работы 3 триместра</i>	12
курсовое проектирование (КР или КП)	нет
контроль	36
другие виды контактной работы	
Самостоятельная работа	342
<i>самостоятельная работа 1 триместра</i>	108
<i>самостоятельная работа 2 триместра</i>	104
<i>самостоятельная работа 3 триместра</i>	130

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Очная форма обучения
Форма текущего контроля (устный опрос, групповая дискуссия, отчеты по лабораторным работам, ситуационные задания)	Работы по освоению компетенций
Форма промежуточной аттестации (экзамен)	Итоговое тестирование

4. Содержание модуля

4.1. Разделы модуля и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела модуля	Занятия лекционного типа, акад. часы	Занятия семинарского типа, акад. часы		Самостоятельная работа, акад. часы	Формируемые компетенции/ индикаторы
			Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Раздел 1. «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»	22	24	26	108	ОПК-3/ ОПК-3.1
2.	Раздел 2. «Отечественная и мировая культура, нормы регулирования медиакommunikационных систем региона, страны и мира»	20	16	40	104	ОПК-3 / ОПК-3.2 ОПК-5/ ОПК-5.1
	Раздел 3. «Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий»	10	64	12	130	ОПК-5 / ОПК-5.2
3.	Итого	52	104	78	342	

4.2. Занятия лекционного типа

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	Раздел 1. «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»		
1/1	Введение. Актуальность направления «реклама и связи с общественностью». Понятие рекламы в сфере отечественного и мирового культурного процесса.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/1	Этапы развития теории и практики рекламы. Древность и средневековье.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/1	Этапы развития теории и практики рекламы. Новое и новейшее время.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/1	Появление печатной рекламы. Разновидности, виды, формы.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/1	Телевизионная реклама. Виды. Структура и особенности рынка. Ведущие сейлхаусы. Региональная эфирная и не эфирная телевизионная реклама. Виды. Структура и особенности рынка.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/1	Радио реклама. Виды, структура, особенности.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/1	Наружная реклама. Виды. Структура и особенности рынка. Основные игроки. Практика размещения наружной рекламы.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/1	Интернет реклама. Виды. Структура и особенности рынка.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/1	Рабочие мероприятия в системе в связях с общественностью: выставки, ярмарки, аукционы, прессконференция презентация прием, клубный вечер, деловой завтрак, церемония открытия, день открытых дверей, «круглые столы» и семинары.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

1/1	Управление PR- деятельностью: Планирование PR деятельности, PR-программа. Черный PR.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/1	Антикризисный PR: Связи с общественностью в кризисных и конфликтных ситуациях.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 1 триместр	22 22	
	Раздел 2. «Отечественная и мировая культура, нормы регулирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира»		
1/2	Культура и цивилизация: понятие и сущность. Искусство: понятие, классификация, функции	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/2	Искусство: понятие, классификация, функции. Понятия «художник», «художественность», «художественный образ», «художественный вкус», «художественный метод»	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/2	Искусство Древнего мира, Средневековья и возрождения.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/2	Искусство Нового времени. Современное искусство.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/2	Художественные стили: характерные особенности и произведения искусства.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/2	Понятия медиапродукты и медиа тексты.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/2	Основные понятия регулирования рекламного рынка	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/2	История и источники правового регулирования рекламной деятельности в России.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

2/2	Общие требования к рекламе. Специальные требования к отдельным видам рекламы. Регламентирование рекламной деятельности. Регулирование рекламной деятельности в СПб. ФАС. ГЦРР. ГКУ "Реклама и информация" и их аналоги в других регионах.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/2	Контроль и саморегулирование в рекламной деятельности. Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 2 триместр	20 20	
	Раздел 3. «Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий»		
3/3	Модели воздействия на потребителя. AIDA. DAGMAR. ACCA. APPROVAL. DIBABA.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/3	Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/3	Уникальное торговое предложение механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/3	Нестандартные подходы к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/3	Современные технологии при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 3 триместр	10 10	
	ИТОГО	52	

4.3. Занятия семинарского типа

4.3.1. Семинары, практические занятия

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	Раздел 1. «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»		
1/1	Групповая дискуссия на тему "Древность и средневековье, новое и новейшее время".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
1/1	Групповая дискуссия на тему "Печатная реклама".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
1/1	Групповая дискуссия на тему "Телевизионная реклама, виды структура".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
1/1	Выполнения задания на тему "Особенности восприятия телевизионной рекламы".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
1/1	Групповая дискуссия на тему "Радио реклама, виды , структура особенности".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
1/1	Групповая дискуссия на тему "Наружная реклама, виды , структура особенности".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
1/1	Решение ситуационных задач на тему "Интернет реклама, виды , структура особенности".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
1/1	Групповая дискуссия на тему "Выставки, ярмарки, конференции".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия

1/1	Выполнение задания на тему "Деловой завтрак, церемония открытия, круглые столы".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
1/1	Решение ситуационных задач "PR, инструменты PR- инструменты, Черный PR, вред или польза".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
1/1	Групповая дискуссия на тему "Антикризисный PR".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
1/1	Обсуждение вопроса по теме "Планирование антикризисных мероприятий".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 1 триместр	24 24	
	Раздел 2. «Отечественная и мировая культура, нормы регулирования медиакommunikационных систем региона, страны и мира»		
2/2	Групповая дискуссия на тему "Искусство: понятие, классификация, функции".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
2/2	Разбор ситуации по теме "Культура и цивилизация".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
2/2	Групповая дискуссия на тему "Художник и художественность".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
2/2	Разбор ситуации по теме "Художественный вкус художественный метод".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
2/2	Групповая дискуссия на тему "Древний мир и средневековье".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
2/2	Решение ситуационной задачи на тему "Возрождения".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия

2/2	Групповая дискуссия на тему "Медиапродукты".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
2/2	Групповая дискуссия на тему "Медiateксты".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 2 триместр	16 16	
	Раздел 3. «Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий»		
3/3	Групповая дискуссия на тему "Психологические особенности создания рекламного продукта."	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "AIDA."	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "DAGMAR"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "ACCA"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "DIBABA"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "APPROVAL"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Понятия коммуникационных кампаний и мероприятий"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Принципы коммуникационных кампаний и мероприятий"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия

3/3	Круглый стол по теме "Этапы разработки коммуникационной кампании"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "Кока-Кола этапы разработки коммуникационных кампании"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "Кока-Кола этапы разработки мероприятий"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Имидж товара"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "Жизненный цикл товаров для потребителей"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "Расчет бюджета"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Что такое УТП?"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "Эволюция УТП".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Концепции уникального торгового предложения".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "Алгоритмы создания УТП"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Круглый стол на тему "Особенности подачи УТП для товара новинки и товара старичка".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Особенности подачи УТП для товара новинки и товара старичка".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия

3/3	Групповая дискуссия на тему "Нестандартные подходы к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Понятие Бриф"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "ATL"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "BTL"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Инновационные методы непрямо́й рекламы"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Инновационные методы непрямо́й рекламы"	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Современные технологии для проведения коммуникационных кампаний".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "Сувенирная реклама может быть нестандартной".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Групповая дискуссия на тему "Визуально-зрелищные средства рекламы".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Решение ситуационной задачи по теме "Средства декоративной рекламы".	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Подведение итогов по предмету.	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
3/3	Подведение итогов по предмету.	2	Решение ситуационных задач, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 3 триместр	64 64	
	ИТОГО:	104	

4.3.2. Лабораторные работы

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	Раздел 1. «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»		
1/1	Провести сравнительный анализ печатной рекламы по временным эпохам.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Проверка сравнительного анализа печатной рекламы по временным эпохам.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Найти и провести сравнительный анализ телевизионных рекламных сообщений.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Проверка выполнения сравнительного анализа.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Найти и провести сравнительный анализ радио рекламных сообщений.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Проверка выполнения сравнительного анализа.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Найти и провести сравнительный анализ наружных рекламных сообщений.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Проверка выполнения сравнительного анализа.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Найти и провести сравнительный анализ интернет рекламных сообщений.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Проверка выполнения сравнительного анализа.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Найти и провести анализ особенностей крупных выставок, ярмарок, конференций, церемоний открытий за последние 5 лет в мире	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Найти и проанализировать примеры проведенных пиар мероприятий. Провести анализ эффективности. Проверка выполнения работы.	2	Отчет по лабораторной работе
1/1	Найти и провести анализ антикризисных пиар мероприятий.	2	Отчет по лабораторной

			работе
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 1 триместр	26 26	
	Раздел 2. «Отечественная и мировая культура, нормы регулирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира»		
2/2	Провести анализ понятий культура и искусство.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Проверка выполнения сравнительного анализа.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Провести анализ понятий: искусство и художник.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Проверка выполнения сравнительного анализа.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Провести анализ формирования Искусства Древнего мира и средневековья.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Проверка выполнения сравнительного анализа.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Провести сравнительный анализ искусств нового и современного времени.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Проверка выполнения сравнительного анализа.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Провести сравнительный анализ художественных стилей используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Проверка выполнения сравнительного анализа.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Провести сравнительный анализ медиа текстов.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Проверка выполнения сравнительного анализа.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Провести поиск и найти документы по правовому регулированию рекламной деятельности.	2	Отчет по лабораторной работе

2/2	Рассмотреть найденные документы по правовому регулированию рекламной деятельности.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Найти и привести оценку медиакоммуникационных систем и мероприятий используя правовые, экономические и политические регулирующие факторы и нормы.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Проверка выполнения работы.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Найти и привести примеры специальных требований к отдельным видам рекламы.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Проверка выполнения работы.	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Провести анализ на тему "Саморегулирование в сфере рекламы и Тенденции развития медиакоммуникационных систем".	2	Отчет по лабораторной работе
2/2	Проверка выполнения работы.	2	Отчет по лабораторной работе
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 2 триместр	40 40	
	Раздел 3. «Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий»		
3/2	Провести анализ эффективности моделей воздействия на потребителя. Привести конкретные примеры их применения.	2	Отчет по лабораторной работе
3/3	Проверка выполнения работы.	2	Отчет по лабораторной работе
3/3	Выполнения задания на тему "Создать календарный и поэтапный план коммуникационных компаний и мероприятий для продукта новинки"	2	Отчет по лабораторной работе
3/3	Проверка выполнения работы.	2	Отчет по лабораторной работе
3/3	Предложить нестандартные подходы к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий к товару на выбор.	2	Отчет по лабораторной работе
3/3	Проверка выполнения работы	2	Отчет по лабораторной работе

	ИТОГО по разделу 3, в т.ч.	12	
	3 триместр	12	
	ИТОГО:	78	

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Содержание самостоятельной работы

№ раздела модуля/триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
	Раздел 1. «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»		
1/1	Изучение материала и примеров по теме: Понятие рекламы в сфере отечественного и мирового культурного процесса.	4	
1/1	Изучение материала и примеров по теме: Этапы развития теории и практики рекламы. Древность и средневековье.	10	устный опрос
1/1	Изучение материала и примеров по теме: Этапы развития теории и практики рекламы. Новое и новейшее время.	10	устный опрос
1/1	Изучение материала и примеров по теме: Появление печатной рекламы. Разновидности, виды, формы.	10	устный опрос
1/1	Изучение материала и примеров по теме: Телевизионная реклама. Виды. Структура и особенности рынка. Ведущие сейлхаусы. Региональная	10	устный опрос
1/1	Изучение материала и примеров по теме: Радио реклама. Виды, структура, особенности.	10	устный опрос
1/1	Изучение материала и примеров по теме: Наружная реклама. Виды. Структура и особенности рынка. Основные игроки. Практика размещения наружной	10	устный опрос
1/1	Изучение материала и примеров по теме: Интернет реклама. Виды. Структура и особенности рынка.	10	устный опрос
1/1	Изучение материала и примеров по теме: Рабочие мероприятия в системе в связях с общественностью: выставки, ярмарки, аукционы, прессконференция презентация прием, клубный вечер, деловой завтрак, церемония открытия, день открытых дверей, «круглые столы» и семинары.	10	устный опрос

№ раздела модуля/триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
1/1	Изучение материала и примеров по теме: Управление PR- деятельностью: Планирование PR деятельности, PR-программа. Черный PR. Антикризисный PR.	12	устный опрос
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 1 триместр	108	
	Раздел 2. «Отечественная и мировая культура, нормы регулирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира»		
2/2	Изучение материала и примеров по теме: Культура и цивилизация: понятие и сущность. Искусство: понятие, классификация, функции	6	устный опрос
2/2	Изучение материала и примеров по теме: Искусство: понятие, классификация, функции. Понятия «художник»,	6	устный опрос
2/2	Изучение материала и примеров по теме: Искусство Древнего мира, Средневековья и возрождения.	10	устный опрос
2/2	Изучение материала и примеров по теме: Искусство Нового времени. Современное искусство.	10	устный опрос
2/2	Изучение материала и примеров по теме: Художественные стили: характерные особенности и произведения искусства.	12	устный опрос
2/2	Изучение материала и примеров по теме: Понятия медиапродукты и медиа тексты.	12	устный опрос
2/2	Изучение материала и примеров по теме: Основные понятия регулирования рекламного рынка	12	устный опрос
2/2	Изучение материала и примеров по теме: История и источники правового регулирования рекламной деятельности в России.	12	устный опрос
2/2	Изучение материала и примеров по теме: Общие требования к рекламе. Специальные требования к отдельным видам рекламы.Регламентирование рекламной деятельности. Регулирование рекламной деятельности в СПб. ФАС.	12	устный опрос

№ раздела модуля/триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
2/2	Изучение материала и примеров по теме: Контроль и саморегулирование в рекламной деятельности. Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	12	устный опрос
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 2 триместр	104	
	Раздел 3. «Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий»		
3/3	Изучение материала и примеров по теме: Модели воздействия на потребителя. AIDA. DAGMAR. ACCA. APPROVAL. DIBABA.	26	устный опрос
3/3	Изучение материала и примеров по теме: Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий.	26	устный опрос
3/3	Изучение материала и примеров по теме: Уникальное торговое предложение механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	26	устный опрос
3/3	Изучение материала и примеров по теме: Нестандартные подходы к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий.	26	устный опрос
3/3	Изучение материала и примеров по теме: Современные технологии при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	26	устный опрос
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 3 триместр	130	
	ИТОГО	342	

4.5. Курсовое проектирование

В рамках изучения модуля «Теория и практика рекламы и связей с общественностью» выполнение курсовой работы (курсового проекта) не предусмотрено учебным планом.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы по модулю и требования по выполнению изложены в СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. «Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению» и размещены в электронной информационно-образовательной среде СПбГТИ(ТУ) <https://technolog.bibliotech.ru/Account/OpenID>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Своевременное выполнение обучающимся мероприятий текущего контроля позволяет превысить (достигнуть) пороговый уровень («удовлетворительно») освоения предусмотренных элементов компетенций. Текущий контроль по учебному модулю проводится в форме опроса устных опросов, учебных групповых дискуссий, решения ситуационных задач, докладов с презентациями, отчетов по лабораторным работам. Результаты учебного модуля считаются достигнутыми, если для всех элементов компетенций превышен (достигнут) пороговый уровень освоения компетенции на данном этапе.

Промежуточная аттестация по учебному модулю проводится в форме итогового тестирования и защиты курсовой работы.

Итоговый тест предусматривают выборочную проверку освоения предусмотренных элементов компетенций и комплектуются вопросами (заданиями).

При сдаче промежуточной аттестации, обучающийся получает 30 вопросов из перечня вопросов, время работы студента с итоговым тестом - 90 мин.

Тест содержит вопросы по всем компетенциям, освоение которых необходимо подтвердить.

Ниже приводится пример варианта тестовых вопросов.

(ОПК-3)

1. Культура- это?

а) Созданная людьми природная среда с определенным набором способов и форм обитания, обладающая способностью к изменению и развитию

б) созданная людьми неприродная среда, с определенным набором способов и форм обитания, обладающая способностью к изменению и развитию

в) Созданная людьми природная среда с определенным набором способов и форм обитания, не обладающая способностью к изменению и развитию

(ОПК-5)

1. Форма и содержание рекламы обязательно должны соответствовать требованиям государственного регулирования и морально-этическим нормам.

а) да;

б) нет.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения модуля

а) основная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. (ЭБС Юрайт)
2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 197 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08991-2. (ЭБС Юрайт)
3. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 391 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8299-2. (ЭБС Юрайт)
4. Щепилова, Г. Г. Реклама : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 381 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01220-0. (ЭБС Юрайт)

б) дополнительная литература:

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-02457-9.
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специаль
3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08548-8.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля

Официальный сайт СПбГТИ(ТУ) <http://technolog.edu.ru>

Размещены :

- учебный план
- РПМ
- учебно-методические материалы

Электронно-библиотечные системы

1. Электронная библиотека СПбГТИ(ТУ) (на базе ЭБС «БиблиоТех»)

Принадлежность – собственная СПбГТИ(ТУ).

Договор на передачу права (простой неисключительной лицензии) на использования результата интеллектуальной деятельности ООО «БиблиоТех»

ГК№0372100046511000114_135922 от 30.08.2011

Адрес сайта – <http://bibl.lti-gti.ru/>

2. Электронная библиотечная система «Юрайт» <https://biblio-online.ru>

Принадлежность – сторонняя.

Договор № 109 (ЕП) 2018 от 20.12.2018

3. **E-library.ru – научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru>**

Принадлежность – сторонняя.

Договор № 112 (ЕП) 2018 от 28.12.2018

Подписка СПбГТИ (ТУ) ФЭМ содержит 5 журналов:

- ✓ Журнал «Вопросы экономики»
 - ✓ Журнал «Деньги и кредит»
 - ✓ Журнал «Российское предпринимательство»
 - ✓ Журнал «Российский журнал менеджмента»
 - ✓ Журнал «Креативная экономика»
- Журнал «Экономический вектор» (издается ФЭМ СПбГТИ(ТУ))**

Профессиональные базы данных

1. **ПБД ФЭМ** Принадлежность –собственная СПбГТИ (ТУ)

Адрес сайта https://gtifem.ru/umr/biblioteka-faylov/?sphrase_id=97#s15

2. **Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С-** обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров.
<http://www.1c.ru/news/info.jsp?id=773>

Принадлежность-сторонняя. Договор № СЛД/СИТ-01343 от 20.03.2014.

Информационные справочные системы

1..Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов **«Гарант»**. Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- www.garant.ru

2.Справочно-поисковая система **«Консультант-Плюс»** - www.consultant.ru
Принадлежность – сторонняя Контракт № 04(49)12 от 31.12.2012г. по оказанию информационных услуг с использованием экземпляров Специальных Выпусков Систем КонсультантПлюс

Рекомендуемые интернет-ресурсы

1. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru> ;
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru> ;
3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru> .
4. Российская национальная библиотека-www.nlr.ru /
5. Российская государственная библиотека.-www.rsl.ru /
6. Агентство деловых новостей «Аргументы и факты». -www.aif.ru /
7. Агентство деловой информации «Бизнес-карта».- www.biznes-karta.ru /
8. Агентство финансовых новостей «Блумберг».- www.bloomberg.com /
9. Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг». -www.rbc.ru /
10. Система дистанционного бизнес-образования/www.businesslearning.ru /

9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля

Методическая модель преподавания модуля основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

- выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;
- объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;
- активное участие слушателей в учебном процессе;
- проведение лабораторных занятий, определяющих приобретение навыков решения проблемы;
- написание рефератов и эссе;
- приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям.

Используемые методы преподавания: занятия лекционного типа с использованием наглядных пособий и раздаточных материалов; метод «мозгового штурма», индивидуальные и групповые задания при проведении лабораторных занятий.

Все виды занятий по модулю *«Теория и практика рекламы и связей с общественностью»* преподаватели должны проводить в соответствии с требованиями следующих СТП:

- СТП СПбГТИ 040-2002. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лекция. Общие требования;

- СТП СПбГТИ 018-2002. КС УКВД. Виды учебных занятий. Практические и семинарские занятия. Общие требования к организации и проведению.

- СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению.

- СТП СПбГТИ 016-2015. КС УКВД. Порядок проведения зачетов и экзаменов.

СТО СПбГТИ 020-2011. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лабораторные занятия. Общие требования к организации проведения.

СТО СПбГТИ 044-2012. КС УКВД. Виды учебных занятий. Курсовой проект. Курсовая работа. Общие требования.

СТО СПбГТИ 018-2014. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Семинары и практические занятия. Общие требования к организации и проведению.

СТП СПбГТИ 045-2004. КС УКВД. Планирование учебного процесса в институте.

Для более глубокого изучения модуля преподаватель предоставляет студентам информацию о возможности использования Интернет-ресурсов по разделам модуля.

Содержание практических занятий определяется календарным тематическим планом, который составляется преподавателем, проводящим эти занятия на основе рабочей программы.

Основными условиями правильной организации учебного процесса для обучающихся является:

- плановость в организации учебной работы;
- серьезное отношение к изучению материала;
- постоянный самоконтроль.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю

10.1. Информационные технологии

В учебном процессе по данному модулю предусмотрено использование информационных технологий:

чтение лекций с использованием слайд-презентаций;
взаимодействие с обучающимися посредством электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС СПбГТИ(ТУ)).

10.2. Программное обеспечение.

Операционная система Microsoft Windows

Microsoft Office 2010 (Microsoft Word, Microsoft Excel).

«1С:Предприятие», версия 8 (1С: Бухгалтерия предприятия)

10.3. Информационные справочные системы

1 Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - www.consultant.ru

Принадлежность – сторонняя

Контракт № 04(49)12 от 31.12.2012г. по оказанию информационных услуг с использованием экземпляров Специальных Выпусков Систем КонсультантПлюс

2.Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Принадлежность – сторонняя

Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- www.garant.ru

3. Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С-обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров. <http://www.1c.ru/news/info.jsp?id=773> Принадлежность – сторонняя

Договор № СЛД/СИТ-01343 от 20.03.2014.

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата. Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен в рабочих программах модулей.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для проведения учебных занятий используется межкафедральная лаборатория «экономической информатики», состоящая из 5 больших компьютерных классов, или лаборатория «информационных технологий», включающая 3 учебные лаборатории с 30 рабочими местами в каждой, и для самостоятельной работы студентов оснащен 1 компьютерный зал. Каждая учебная аудитория на факультете экономики и менеджмента оборудо-

вана мультимедийным комплексом, состоящим из компьютера, проектора, экрана. Общее число компьютеров составляет 185 машин.

Все компьютеры объединены во внутреннюю сеть под управлением двух серверов, а также имеют выход в Интернет.

Для выполнения заданий студенты используют пакет программ Microsoft Office, правовую систему Гарант «Консультант Плюс».

Для проверки знаний студентов используется кабинет тестирования, который так-же интегрирован в локальную сеть факультета и имеет выход в Интернет. Для тестирования знаний студентов используется программа внутрифакультетского тестирования «зачет» (разработчик зам.декана по ИТ Чибиряк П.В.), тестирование на портале i-exam.ru.

Для обеспечения оперативного информирования и обеспечения необходимой учебной и методической информацией создан интернет портал – gtifem.ru. В рамках данного проекта реализована возможность социальной коммуникации между студентами и преподавателями, организован доступ к учебной литературе, к обсуждению и реализации разного рода проектов не только в рамках учебного процесса, но и в социально-общественной жизни студентов.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е) Набор демонстрационного оборудования и технические средства обучения: проектор BENQ SP840; экран ScreenMedia MW 300x240 настенный подпружиненный; персональный компьютер (1 комплект); сетевое оборудование для выхода в Интернет; колонки акустические (1 комплект); акустическая система, микрофон. Специализированная мебель: доска аудиторная, столы, скамейки аудиторная доска. Вместимость аудитории – 72 посадочных мест. Учебно-наглядные пособия.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е)

Набор демонстрационного оборудования и технические средства обучения: проектор Epson EB-824H; экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный; персональные компьютеры (30 комплектов); сетевое оборудование для выхода в Интернет каждого компьютера в кабинете; колонки акустические (1 комплект); лицензионное системное программное обеспечение). Специализированная мебель: столы, скамейки. Вместимость аудитории – 30 посадочных мест. Учебно-наглядные пособия.

Помещение для самостоятельной работы и курсовых работ, промежуточной аттестации (190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е)

Набор демонстрационного оборудования и технические средства обучения: проектор Epson; сканер, экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный; персональные компьютеры (14 комплектов); сетевое оборудование для выхода в Интернет; лицензионное системное программное обеспечение. Специализированная мебель: столы, скамейки аудиторная доска. Вместимость аудитории – 28 посадочных мест.

12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее - обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями учебный процесс осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья СПбГТИ(ТУ), утвержденным ректором 28.08.2014 г.

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебного модуля обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по модулю обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет»

для слабовидящих;

- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие обучающимся с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебного модуля профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по модулю для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене..