

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Рабочая программа дисциплины

Медиа-коммуникации в арт-бизнесе

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	42.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах
<i>Квалификация выпускника</i>	Бакалавр

2018 г.

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

Компетенция	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ОПК-1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">– основы связей с общественностью;– основы социокультурной деятельности;– функции пиар-специалиста <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">– планировать коммуникационные компании в сфере арт-бизнеса;– выстраивать рабочие процессы отдела по связям с общественностью. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">– навыками мышления для выработки системного и целостного взгляда;– современными коммуникативными технологиями рекламного и PR-продвижения;
<p>ПК-1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">– структуру и направления деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью– основные аспекты медиа-планирования и построения коммуникационной стратегии <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">– планировать коммуникационные компании в сфере арт-бизнеса;– конструировать положительный имидж организации, ведомства, страны при помощи культурных проектов;– оценивать эффективность рекламной и пиар-деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">– навыками мышления для выработки системного и целостного взгляда;– основами разработки коммуникационных кампаний и мероприятий для продвижения товаров и услуг.– методиками оценки эффективности пиар-кампаний
<p>ПК-5 способность</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- основы управления проектами- особенности организации проектов в сфере арт-бизнеса

<p>реализовывать проекты и владением методами их реализации</p>	<p>- особенности организации международных проектов</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать проекты в интересах обеспечения связей с общественностью; - лоббировать организацию культурных проектов на уровне ведомств, отвечающих за международное культурное сотрудничество; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знанием основных положений законодательных и нормативных актов, регулирующих культурную деятельность; - компетенциями менеджера культурных проектов. <p>– Навыками деловых переговоров и презентаций</p>
<p>ПК-6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – структуру коммуникационной структуры организации – основные аспекты медиа-планирования и построения коммуникационной стратегии – специфику внутреннего и внешнего пиар <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выстраивать эффективную коммуникационную структуру организации – использовать ресурс искусства для построения эффективных внешних и внутренних коммуникаций компании <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками мышления для выработки системного и целостного взгляда; – современными коммуникативными технологиями рекламного и PR-продвижения;
<p>ПК-7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этапы реализации коммуникационных кампаний и мероприятий - основы планирования и выстраивания бизнес-процессов <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать коммуникационную кампанию в сфере арт-бизнеса; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки коммуникационных кампаний

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиа-коммуникации в арт-бизнесе» относится к вариативной части учебного плана ОПОП. Дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как: «Медиаанализ и медиапланирование», «Технологии бизнес-презентаций», «Международное культурное проектирование», «Выставочное дело».

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В частности, выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с выбранными видами деятельности, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

- организационно-управленческая деятельность:

участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

- проектная деятельность:

участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

- коммуникационная деятельность:

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

участие в формировании и поддержании корпоративной культуры.

3. Объем дисциплины

Виды учебной работы	Формы обучения		
	Очная	Очно-заочная	Заочная
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	2/72	2/72	2/72
Контактная работа:			
Занятия лекционного типа	10	8	4
Занятия семинарского типа	10	8	4
Промежуточная аттестация: Зачет / зачет с оценкой / экзамен /	0,1	0,1	4
Самостоятельная работа (СРС)	51,9	55,9	60

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

4.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самостоятельная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекц	Иные	Практиче	Семин	Лаборато	Иные	

		<i>ии</i>	<i>учебн ые занят ия</i>	<i>ские занятия</i>	<i>ары</i>	<i>рные раб.</i>	<i>заня тия</i>	
1	Реклама и Связи с общественностью в организациях культуры	2		2				8
2	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	2		2				8
3	Арт-рынок в цифровую эпоху	1		1				8
4	Пиар арт-проектов.	1		1				8
5	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	2		2				8
6	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	2		2				11,9
	Итого	10		10				51,9
Промежуточная аттестация		0,1						
Итого		72						

4.1.2.Очно-заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)		
		Контактная работа		Самостоятел ьная работа
		Занятия лекционно го типа	Занятия семинарского типа	

		<i>Лекции</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	<i>Практические занятия</i>	<i>Семинары</i>	<i>Лабораторные работы</i>	<i>Иные</i>	
1	Реклама и Связи с общественностью в организациях культуры	2		2				10
2	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	2		2				10
3	Арт-рынок в цифровую эпоху	1		1				9
4	Пиар арт-проектов.	1		1				9
5	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	1		1				9
6	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	1		1				8,9
	Итого	8		8				55,9
Промежуточная аттестация		0,1						
Итого		72						

4.1.3. Заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)							
		Контактная работа						Самостоятел ьная работа	
		Занятия лекционн ого типа		Занятия семинарского типа					
		<i>Лекц ии</i>	<i>Иные учебн ые занят ия</i>	<i>Практиче ские занятия</i>	<i>Семина ры</i>	<i>Лаборато рные работы</i>	<i>Ин ые</i>		
1	Реклама и Связи с общественнос тью в организациях культуры	1		1					10
2	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникацио нной стратегии	1		1					10
3	Арт-рынок в цифровую эпоху	1		1					10
4	Пиар арт- проектов.								10
5	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляю щие культурные проекты за рубежом.	1		1					10
6	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.								10
Промежуточная аттестация		4							
Итого		72							

4.2.Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

4.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	Современный музей, галерея, художественный фонд и вызовы, с которыми они сталкиваются. Индустриализация культуры плюс или минус? Навыки необходимые для работы в пиар-отделе. Задачи и обязанности пиар-менеджера арт-институции. Специфика пиар-деятельности в учреждениях культуры и социальном маркетинге. Модель БР.
2	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	Психология массовых коммуникаций. Понятие коммуникации Ч. Кули. Коммуникативная модель Н. Шеннона. «Пятивопросная» модель массовой коммуникации Лассуэла. Добавление актора и ситуационного окружения в модели Парсонса. Интенциональная и неинтенциональная обратная связь, контекст в модели Н. Виннера. Роль «привратника» в модели Левина. Управление информацией. Формирование информационного потока. Манипулирование информацией. Информационная война и черный пиар. Разработка коммуникационной стратегии для каждой аудиторной группы. Основы сторителлинга и контент-маркетинга учреждений культуры.
3	Арт-рынок в цифровую эпоху	Как новые медиа изменили журналистику. Социальные сети и арт-рынок. Взаимодействие художника и публики посредством виртуализации. Медийный арт-акционизм. Продвижение творческой личности в интернете. Основы видео-блогинга.
4	Пиар арт-проектов.	Концепции разработки информационных поводов. Информационное партнерство. Оптимизация формы и стиля подачи материалов в СМИ. Как писать пресс-релиз арт-проекта. Интервью как форма раскрутки творческой личности. Арт-критика vs арт-журналистика.
5	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	РОСИЗО. Фонд «Русский мир». Федеральное агентство РОССОТРУДНИЧЕСТВО. Федеральное агентство по культуре и кинематографии (Роскультура). Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать). Федеральный центр поддержки гастрольной деятельности. Михаил Швыдкой специальный представитель Президента Российской Федерации по международному культурному сотрудничеству. Межгосударственный фонд гуманитарного сотрудничества государств – участников СНГ Многофункциональный фонд гуманитарного

		сотрудничества (МФГС). Гуманитарная премия СНГ «Звезды содружества». Российской ассоциацией международного сотрудничества (РАМС)
6	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	Позиции России в индексе национальных брендов Саймона Анхольта. Устойчивые российские культурные бренды и культурные символы современной России. Современное искусство в контексте государственной культурной политики. Международные культурные проекты и санкции.

4.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	<p>С какими вызовами учреждения культуры сталкиваются сегодня? В чем специфика связей с общественностью в учреждениях культуры? Назовите плюсы и минусы индустриализации культуры?</p> <p>Презентация докладов на тему: сотрудничество музеев с рекламными брендами пиар-кампании учреждений культуры: опыт успешной реализации</p>
2	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	<p>Перечислите основные коммуникативные модели и их структуру? Что такое коммуникационная стратегия? Какие способы манипулирования в пиар вы знаете? Какова этика пиар-специалиста в эпоху пост-правды? Что такое сторителлинг и как он применяется учреждениями культуры? Какие целевые аудитории существуют у музея? На что может быть направлена коммуникационная стратегия творческой личности? Как оценивается КРІ пиарщика? Что такое эмоциональный, рациональный, мотивационный КРІ?</p>
3	Арт-рынок в цифровую эпоху	<p>Дайте определение арт-рынка? Подробно расскажите суть информационной функции арт-рынка? Как Интернет и новые медиа отразились на арт-рынке? Что такое медийный арт-акционизм? Назовите основных представителей и их проекты? Как возможности искусственного интеллекта применяются в арт-бизнесе?</p>
4	Пиар арт-проектов.	Назовите направления деятельности пресс-службы?

		<p>Назовите задачи руководителя пресс-службы? В чем специфика пиара арт-проектов? Назовите причины обращения в пиар-агентство или стороннему пиар-менеджеру? Сравните рекламный, журналистский и PR-тексты. В чем разница между арт-критикой и арт-журналистикой?</p> <p>Презентация докладов на тему:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ключевые художественные критики современной России. 2. Ключевые театральные критики современной России. 3. Ключевые музыкальные критики современной России. 4. Ключевые кинокритики современной России.
5	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	<p>Какие ведомства ответственны за экспорт российских культурных ценностей в различных направлениях? Какую деятельность ведут РОСИЗО и ГЦСИ? Каким образом осуществляется культурное сотрудничество России и стран СНГ?</p>
6	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	<p>Какое место Россия занимает в Индексе национальных брендов? Какие рекомендации Саймон Анхольт предлагает России по укреплению ее национального бренда? Сформулируйте основные принципы государственной культурной политики? Какие аспекты вызывают трудности при формировании российского культурного бренда за рубежом?</p> <p>Презентация докладов на тему:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль арт-проектов в продвижении русской культуры за рубежом 2. Устойчивые культурные символы современной России

4.2.3 Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	<p>Современный музей, галерея, художественный фонд и вызовы, с которыми они сталкиваются. Индустриализация культуры плюс или минус? Навыки необходимые для работы в пиар-отделе. Задачи и обязанности пиар-менеджера арт-институции. Специфика пиар-деятельности в учреждениях культуры и социальном маркетинге. Модель 6Р.</p>

2	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	Психология массовых коммуникаций. Понятие коммуникации Ч. Кули. Коммуникативная модель Н. Шеннона. «Пятивопросная» модель массовой коммуникации Лассуэла. Добавление актора и ситуационного окружения в модели Парсонса. Интенциональная и неинтенциональная обратная связь, контекст в модели Н. Виннера. Роль «привратника» в модели Левина. Управление информацией. Формирование информационного потока. Манипулирование информацией. Информационная война и черный пиар. Разработка коммуникационной стратегии для каждой аудиторной группы. Основы сторителлинга и контент-маркетинга учреждений культуры.
3	Арт-рынок в цифровую эпоху	Как новые медиа изменили журналистику. Социальные сети и арт-рынок. Взаимодействие художника и публики посредством виртуализации. Медийный арт-акционизм. Продвижение творческой личности в интернете. Основы видео-блогинга.
4	Пиар арт-проектов.	Концепции разработки информационных поводов. Информационное партнерство. Оптимизация формы и стиля подачи материалов в СМИ. Как писать пресс-релиз арт-проекта. Интервью как форма раскрутки творческой личности. Арт-критика vs арт-журналистика.
5	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	РОСИЗО. Фонд «Русский мир». Федеральное агентство РОССОТРУДНИЧЕСТВО. Федеральное агентство по культуре и кинематографии (Роскультура). Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать). Федеральный центр поддержки гастрольной деятельности. Михаил Швыдкой специальный представитель Президента Российской Федерации по международному культурному сотрудничеству. Межгосударственный фонд гуманитарного сотрудничества государств – участников СНГ Многофункциональный фонд гуманитарного сотрудничества (МФГС). Гуманитарная премия СНГ «Звезды содружества». Российской ассоциацией международного сотрудничества (РАМС)
6	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	Позиции России в индексе национальных брендов Саймона Анхольта. Устойчивые российские культурные бренды и культурные символы современной России. Современное искусство в контексте государственной культурной политики. Международные культурные проекты и санкции.

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной

дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

5.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	ОПК-1	Опрос, тестирование, доклад
2	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	ПК-1	Опрос, тестирование
3	Арт-рынок в цифровую эпоху	ПК-6	Опрос, тестирование
4	Пиар арт-проектов.	ПК-5	Опрос, доклад, тестирование
5	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	ПК-7	Опрос, тестирование
6	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	ПК-7	Опрос, доклад, тестирование

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые вопросы

С какими вызовами учреждения культуры сталкиваются сегодня?
В чем специфика связей с общественностью в учреждениях культуры?
Назовите плюсы и минусы индустриализации культуры?

Перечислите основные коммуникативные модели и их структуру?
Что такое коммуникационная стратегия?
Какие способы манипулирования в пиар вы знаете?
Какова этика пиар-специалиста в эпоху пост-правды?

Что такое сторителлинг и как он применяется учреждениями культуры?
Какие целевые аудитории существуют у музея?
На что может быть направлена коммуникационная стратегия творческой личности?
Как оценивается КРІ пиарщика?
Что такое эмоциональный, рациональный, мотивационный КРІ?

Дайте определение арт-рынка?
Подробно расскажите суть информационной функции арт-рынка?
Как Интернет и новые медиа отразились на арт-рынке?
Что такое медийный арт акционизм? Назовите основных представителей и их проекты?
Как возможности искусственного интеллекта применяются в арт-бизнесе?

Назовите направления деятельности пресс-службы?
Назовите задачи руководителя пресс-службы?
В чем специфика пиара арт-проектов?
Назовите причины обращения в пиар-агентство или стороннему пиар-менеджеру?
Сравните рекламный, журналистский и PR-тексты.
В чем разница между арт-критикой и арт-журналистикой?

Какие ведомства ответственны за экспорт российских культурных ценностей в различных направлениях?
Какую деятельность ведут РОСИЗО и ГЦСИ?
Каким образом осуществляется культурное сотрудничество России и стран СНГ?

Какое место Россия занимает в Индексе национальных брендов?
Какие рекомендации Саймон Анхольт предлагает России по укреплению ее национального бренда?
Как к концепции мягкой силы относится президент страны В.В. Путин?
Сформулируйте основные принципы государственной культурной политики?
Какие аспекты вызывают трудности при формировании российского культурного бренда за рубежом?
Назовите устойчивые культурные символы современной России?

Типовые проблемно-аналитические задания

Придумайте арт-проект и напишите:

- его пресс-релиз;
- идеи для вирусного продвижения в соц.сетях
- концепцию видео-блогинга

1. Критически представить содержание программы (по выбору студента).
- интерпретация промышленного ресурса региона в деятельности музея;
- «специальные события» в музее: «немузейные» мероприятия как способ привлечения дополнительной информационной поддержки;

2. *Разработка коммуникационной стратегии по продвижению выставки. Задача – привлечь их в музей/галерею*

Учебное задание выполняется в составе рабочих групп.

1-я группа разрабатывает каналы и концепцию продвижения среди молодежной аудитории (школьники 10-17 лет)

2-я – среди иностранных посетителей.

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

1. Подготовка исследовательских проектов по темам.
2. Сотрудничество музеев с рекламными брендами.
3. Пиар-кампании учреждений культуры: опыт успешной реализации.
4. Ключевые художественные критики современной России.
5. Ключевые театральные критики современной России.
6. Ключевые музыкальные критики современной России.
7. Ключевые кинокритики современной России.
8. Роль арт-проектов в продвижении русской культуры за рубежом.
9. Устойчивые культурные символы современной России.

Типовые тесты

1. **Что используется в PR для влияния на общественное мнение?** Выбор единственно правильного ответа

1. информация

2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства.

2. **Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:** Выбор единственно правильного ответа.)

1. формирование имиджа
2. изучение общественного мнения
3. анализ экономической деятельности предприятия

4. исследование отношений в организации

3. **Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции?** Выбор единственно правильного ответа

1. определение проблемы
2. планирование программы
3. **оценка программы**
4. интерпретация общественного мнения
5. осуществление коммуникаций

4. **Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации:** Выбор единственно правильного ответа

1. телевидение

2. филиалы организации на местах

3. телеграфное агентство
4. радио

5. **Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:** Выбор единственно правильного ответа

1. новостной релиз
2. пресс-релиз

3. стрингер

4. медиа-кит

6. **Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации** Выбор единственно правильного ответа

1. Телевидение

2. Радио

3. **Пресса**

4. Интернет

7. **При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?**

1. Планирование PR кампании.

2. Анализ целевой аудитории

3. Определение PR проблемы

4. **Анализ эффективности результатов PR кампании**

8. **План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет" являются составной частью:** Выбор единственно правильного ответа

0) анализа PR проблемы

1) **плана PR кампании**

2) анализа целевых аудиторий

3) определения рейтинга

9. Дайте определение сторителлинга

10. Дайте определение медийного арт-акционизма

11. Перечислите основные принципы деятельности пиар-отдела учреждения культуры

12. Дайте определение информационному партнерству

Типовые вопросы к зачёту:

1. Специфика связей с общественностью в учреждениях культуры.
2. Перечислите основные коммуникативные модели и их структуру.
3. Коммуникационная стратегия.
4. Способы манипулирования в пиар.
5. Сторителлинг и как он применяется учреждениями культуры.
6. Целевые аудитории музея.
7. Коммуникационная стратегия творческой личности.
8. Эмоциональный, рациональный, мотивационный КРІ.
9. Дайте определение арт-рынка и роль информационной функции арт-рынка.
10. Медийный арт-акционизм.
11. Направления деятельности пресс-службы.
12. Задачи руководителя пресс-службы.
13. Специфика пиара арт-проектов.
14. Рекламный, журналистский и PR-тексты.

15. Разница между арт-критикой и арт-журналистикой.
16. Ведомства ответственные за экспорт российских культурных ценностей.
17. Деятельность РОСИЗО и ГЦСИ.
18. Культурное сотрудничество России и стран СНГ.
19. Основные принципы государственной культурной политики.
20. Устойчивые культурные символы современной России.

5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция, игра);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1.Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга,

шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «хорошо» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если не выполнены никакие требования

3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

4. Интерактивные задания

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли,

подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

5. Комплексное проблемно-аналитическое задание

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

Исследовательский проект

Исследовательский проект – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата

(объем: 12-15 страниц.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

Информационный проект (презентация)

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

Дискуссионные процедуры

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

Тестирование

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий

Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

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

6.1.Основная учебная литература

- 1.Алашкин, П. А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкин ; под редакцией П. Суворовой. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-1055-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86863.html>
- 2.Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. — 2-е изд. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>

6.2.Дополнительная учебная литература:

1. Связи с общественностью в социально-культурной деятельности [Электронный ресурс] : словарь-справочник для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность /. — Электрон. текстовые данные. — Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2016. — 140 с. — 978-5-94839-562-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70465.html>
- 2.Культура массовых коммуникаций [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс дисциплины по направлению подготовки 51.03.01 (033000.62) «Культурология», профиль «Социокультурное проектирование», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» /. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2014. — 40 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/55787.html>
- 3.Креативный менеджмент [Электронный ресурс] : методические указания по выполнению курсовой работы для обучающихся по направлению подготовки магистратуры «Менеджмент» /. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 24 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75085.html>

6.3. Периодические издания

1. Журнал «Реклама. Теория и практика». - Режим доступа: <http://www.grebennikoff.ru/product/3>
2. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - Режим доступа: <http://www.mavriz.ru>
3. Журнал «Маркетинг» - Режим доступа: <http://www.marketolog.ru/>
4. Сайт журнала «Рекламные идеи» www.advi.ru
5. Сайт журнала «Индустрия рекламы» <http://www.ir-magazine.ru>
6. Электронный журнал <http://www.outdoor.ru>

7.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
3. Портал о культуре и искусстве <http://artandyou.ru/>

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении

образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)
6. Антивирусная система NOD 32
7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая.
8. Электронная система дистанционного обучения АНОВО «Московский международный университет». <https://elearn.interun.ru/login/index.php>

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

1. компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;
2. наушники;
3. вебкамеры;
4. колонки;
5. микрофоны.

11. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

11.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

11.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ

конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

11.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав, разрабатываются адаптированные для инвалидов программы подготовки с учетом различных нозологий, виды и формы сопровождения обучения, используются специальные технические и программные средства обучения, дистанционные образовательные технологии, обеспечивается безбарьерная среда и прочее.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

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