

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

Е.В. Лазуткина
«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой журналистики и
медиакоммуникаций

Г.С. Белолипская
«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

Составитель	Байбатырова Н.М., к.филол.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций
Согласовано с работодателями:	Нечаев А.Н., генеральный директор АНО «Издательский дом “Каспий”» Михайлова О.В., генеральный директор ООО «Радиосеть», председатель АРО «Союз журналистов России»
Направление подготовки	42.03.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ
Направленность (профиль) ОПОП	Медиакоммуникации
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная
Год приема	2024
Курс	3
Семестр	5

Астрахань, 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины «Медиапланирование» является ознакомление студентов с основными параметрами медиапланирования, его целями, спецификой планирования контента в зависимости от способов их функционирования в печатных, электронных и интернет-СМИ.

1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля):

- ознакомление с основополагающими понятиями, терминами и категориями медиапланирования;
- формирование у студентов представлений об основных технологиях медиапланирования;
- формирование у студентов представления о сущности и структуре основных документов медиапланирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Медиапланирование» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, осваивается на третьем курсе (5 семестр). Дисциплина является продолжением освоения профессиональных дисциплин, успешного прохождения профессионально-журналистской практики. Научная и методическая основа дисциплины опирается на комплекс как общих, так и специальных знаний, полученных студентами ранее.

Объектом учебной дисциплины выступает медиапланирование как необходимый этап управления редакционным коллективом. Предметом данной учебной дисциплины является совокупность принципов организации и координации редакционной деятельности.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- «Социология массовой коммуникации»

Знания: знать основные понятия и базовые принципы науки об обществе и социальной действительности.

Умения: умение сортировать, кодировать и систематизировать социальные знания, определять подход к изучению социологической проблемы, анализировать социальную ситуацию, выделять скрытые причины событий.

Навыки: аналитические навыки, в том числе умение выделять проблему и ее компоненты, методологические навыки, в том числе навыки методологических исследований.

- «Медиасистема России»:

Знания: базовые знания о средствах массовой информации как единой системе.

Умения: уметь ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли.

Навыки: классификации и оценки важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении учебной, производственной, преддипломных практик и при написании выпускной квалификационной работы.

- «Проектирование медиапродукта»

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компе-

тенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

а) универсальных (УК)

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

б) общепрофессиональных (ОПК)

в) профессиональных (ПК)

ПК-4. Способен продвигать мультимедийный контент путем взаимодействия с различными социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов и платформ

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-9	УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски.	– основные экономические понятия – основные модели экономического развития и ключевые формы государственного регулирования экономики	– анализировать влияние основных макроэкономических показателей и действий государства на конъюнктуру рынка и деятельность своей организации – применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	– базовой экономической терминологией – пониманием механизмов функционирования рынков для осмысленной интерпретации экономических новостей, оценки бизнес-среды медиаиндустрии и принятия обоснованных решений в профессиональной деятельности.
ПК-4	ПК-4.1. Создает, обрабатывает, компонурует информацию в различных средах и на различных носителях и платформах ПК-4.2. Осуществляет распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размеще-	– способы распространения мультимедийного контента для дальнейшего доведения её до аудитории – характеристики, особенности и технические требования основных цифровых платформ и традиционных носителей, принципы адаптации контента	– создает, обрабатывает, компонурует информацию в различных средах и на различных носителях и платформах – выбирать оптимальные каналы и платформы для распространения информации, адаптировать формат, стиль и содержание информации под тре-	– навыками продвижения мультимедийного контента путем взаимодействия с различными социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов и платформ – навыками оформления публикаций согласно требованиям платформы; мо-

	ние) ПК-4.3. Отбирает релевантную информацию из доступных источников ПК-4.5. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта	под разные каналы распространения. – типы информационных источников и их особенности, критерии оценки надежности и достоверности источника; понимание принципов релевантности информации поставленной задаче или запросу – знание истории развития медиа и коммуникационных технологий, – знание современных тенденций, лучших практик и успешных кейсов в области коммуникаций, медиа, дизайна, рекламы, PR в мировом и отечественном контексте.	бования выбранной среды или носителя; умение анализировать эффективность размещения. – формулировать информационный запрос и определять ключевые параметры поиска, критически анализировать и сравнивать найденную информацию, проверять факты, отфильтровывать нерелевантную, устаревшую или недостоверную информацию – анализировать и критически осмысливать мировой и отечественный опыт, выделяя применимые элементы и идеи; генерировать оригинальные идеи и концепции для решения коммуникационных задач; адаптировать и переосмысливать существующие подходы и форматы под конкретные условия и цели	ниторинга размещенного контента. – навыками быстрого и эффективного поиска информации в открытых и специализированных источниках – навыками применения техник верификации информации, структурирования и предварительной обработки отобранных данных, аннотирования и краткого резюмирования полученной информации – навыками визуализации и презентации творческих концепций; адаптации глобальных трендов к локальным особенностям аудитории и рынка
--	---	--	---	---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетные единицы (72 часов).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2
Объем дисциплины в академических часах	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	54
- занятия лекционного типа	18

- занятия семинарского типа (семинары, практические)	36
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	
- консультация (предэкзаменационная)	
- промежуточная аттестация по дисциплине	
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	18
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Зачет – 5 семестр

Таблица 2. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успевае- мости, форма проме- жуточ- ной атте- стации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Система управле- ния редакцией. Коорди- нация редакционной дея- тельности	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 2. Редакционный коллектив и медиаплани- рование. Структура и со- став редакционного кол- лектива	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 3. Бизнес- планирование в редакции	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 4. Редакционный маркетинг. Оптимизация экономической деятель- ности редакции	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 5. Редакционный менеджмент – цели, виды, организация	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успевае- мости, форма проме- жуточ- ной атте- стации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	В т.ч. ПП	ПЗ	В т.ч. ПП	ЛР	В т.ч. ПП				
Тема 6. Цели и направле- ния правового регулиро- вания редакционной дея- тельности	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 7. Формирование редакционного актива. Организационно-массовая работа редакции	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 8. Планирование номера, организация его материалов	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 9. Методы управле- ния редакцией. Модели- рование	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Контроль промежуточ- ной аттестации										Зачет
ИТОГО за семестр:	18		36					18	72	

Условные обозначения:

Л – занятия лекционного типа; ПЗ – практические занятия, ЛР – лабораторные работы;

КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа по отдельным темам

**Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируе-
мых в них компетенций**

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		УК-9	ПК-4		
Тема 1. Система управления редакцией. Ко- ординация редакционной деятельности	8	+	+		2
Тема 2. Редакционный коллектив и медиапла- нирование. Структура и состав редакционно- го коллектива	8	+	+		2
Тема 3. Бизнес-планирование в редакции	8	+	+		2

Тема 4. Редакционный маркетинг. Оптимизация экономической деятельности редакции	8	+	+		2
Тема 5. Редакционный менеджмент – цели, виды, организация	8	+	+		2
Тема 6. Цели и направления правового регулирования редакционной деятельности	8	+	+		2
Тема 7. Формирование редакционного актива. Организационно-массовая работа редакции	8	+	+		2
Тема 8. Планирование номера, организация его материалов	8	+	+		2
Тема 9. Методы управления редакцией. Моделирование	8	+	+		2
Итого	72	+	+		2

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Система управления редакцией. Координация редакционной деятельности. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики: 1) функции и цель рекламы, составляющие рекламного процесса и общий алгоритм рекламной кампании, понятие "медиапланирование", структура рекламного агентства; 2) восприятие рекламы в различных СМИ, факторы выбора средств рекламы; характеристики, преимущества и недостатки телевидения, радио, прессы, наружной рекламы

Тема 2. Редакционный коллектив и медиапланирование. Структура и состав редакционного коллектива. Медиапланер. Функции медиапланера. Навыки необходимые медиапланеру. Необходимые личные качества. Перспективы роста

Тема 3. Бизнес-планирование в редакции. Основные этапы медиаланирования. Составление медиа-брифа. Анализ текущего положения бренда. Изучение целевой аудитории. особенности медиапланирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное использование нескольких медиа, реклама для высокодоходной группы, планирование для мелких и региональных рекламодателей, зависимость рекламных средств от типа рынков, особенности рекламы некоторых видов товаров, реклама товаров для детей, подростков и молодежи; реклама в прессе и наружке. Разработка медиастратегии рекламной кампании. Параметры продвижения бренда. Определение бюджета выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет). Тактическое медиапланирование (выбор конкретных средств распространения рекламы; период проведения кампании; формат рекламных сообщений). Медиамикс для рекламной кампании. Выбор масштаба рекламной кампании. Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан). Медиабаинг. Профессия медиабаер

Тема 4. Редакционный маркетинг. Оптимизация экономической деятельности редакции. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике. Медиастатистики, описывающие медиаплан. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point) Целевой рейтинг (TRP, target rating point) Охват рекламной кампании (Reach / Cover %) OTS (opportunity to see) Частота рекламного сообщения (Average Frequency) Доля голоса (share of voice, SOV) Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события. Рейтинг (Rating). HUT (Households using television). Доля телесмотрения (share). Индекс соответствия (Affinity index). Стоимостные характеристики медиа CPT (cost per thousand) CPP (cost

per point) Доля рекламных затрат (share of spend, SOS) Advertising to Sales (A/S) Матрица Остроу (Joseph W. Ostrow)

Тема 5. Редакционный менеджмент – цели, виды, организация. Программное обеспечение медиапланирования. Обзор программного обеспечения по медиапланированию. Наиболее известные следующие программные продукты: Galileo, PaloMARS, TV Planet, Super Nova, (TNS Gallup Media). Из менее известных отметим AGB WorkStation (AGB Television), PROBA-Media, CRATE, DataFriend (Comcon), OptiMedia (Клиент Сервис), Медиа-Планер (ExMedia) и др. Достоинства и недостатки

Тема 6. Цели и направления правового регулирования редакционной деятельности. Основные правовые проблемы медиапланирования. Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК. Российские профессиональные организации на рынке теле- и аудиометрии. Основные принципы отбора медианосителей. Особенности изучения теле, радиоаудитории. Технические и вербальные способы получения информации о потреблении аудиторией разных теле- и радиопередач. Основные единицы измерения телеаудитории (телеметры). Аудиометры: плюсы и минусы качества полученной информации

Тема 7. Формирование редакционного актива. Организационно-массовая работа редакции. Характеристики и особенности основных каналов размещения: о Пресса о ТВ о Радио о Internet о Наружная реклама. Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы. Особенности рекламных объявлений в печатных СМК. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы. Радио и телевидение как рекламоносители. Возможности Интернета как рекламоносителя. Средства наружной рекламы, специфика рекламы на транспорте. Директ-мейл и его специфика

Тема 8. Планирование номера, организация его материалов. Методика исследований эффективности медиаплана и мероприятия по контролю эффективности его исполнения

Тема 9. Методы управления редакцией. Моделирование. Управление редакцией, вертикальная и горизонтальная структура управления. Моделирование и технологии разработки продукта в массмедиа, рекламе и связях с общественностью.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебная работа студентов в рамках дисциплины «Медиапланирование» предусматривает лекционные занятия, семинары и самостоятельную работу студентов. Лекция представляет собой систематичное, последовательное устное изложение преподавателем определенного раздела учебной дисциплины. Лекционные занятия нацелены на формирование у студентов целостного представления об основных этапах в различные исторические периоды. Семинарские занятия тематически подчинены логике лекционного курса и нацелены на более глубокое изучение концептуально важных вопросов нового времени. Семинарские занятия предполагают реализацию студентами теоретических знаний исторического курса на практике. Ряд тем выносятся на самостоятельное изучение. В ходе семинарского занятия осуществляются контрольные мероприятия в виде контрольных работ и тестирований, проектов и т.д. Преподавателю работа студентов на семинаре позволяет судить о том, насколько успешно они осваивают материал курса.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- формировать критическое мышление, навыки создания научных работ, практикоориентированных проектов, ведения научных дискуссий;
- развитие навыков работы с разноплановыми источниками;

- применение методики анализа научных исследований и медиатекстов;
- осуществление эффективного поиска информации;
- получение, обработка и сохранение источников информации;
- преобразование информации в знание.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Медиапланирование» предполагает: ознакомление с текстами первоисточников и рекомендованной литературой, включая научные работы по предмету, научно-теоретическая и публицистическая литература, аналитические исследования и справочные материалы для последующего обсуждения в рамках групповых дискуссий. Подготовка наиболее актуальных и спорных вопросов для последующего обсуждения в рамках групповых дискуссий, групповых консультаций; сбор дополнительной информации по темам в ходе проведения индивидуальных веб-квизов с целью дальнейшей рассылки (электронная почта) и обсуждения.

Результаты работы обсуждаются на семинарских занятиях. Студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной, научной и справочной литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется как на семинарских занятиях с помощью устных выступлений студентов и их коллективного обсуждения, так и с помощью письменной контрольной работы. Самостоятельная работа заключается в более глубоком и разностороннем изучении тем учебной программы по курсу дисциплины и рекомендованной литературы. Также возможны задания в виде поиска необходимой информации на специализированных интернет-ресурсах и других источниках. Самостоятельная работа студентов подразумевает, в том числе и работу под руководством преподавателей (консультации), а также индивидуальную работу студентов в библиотеке.

Дополнительными формами самостоятельной работы являются групповые и индивидуальные задания. Они являются, как правило, продолжением аудиторных занятий и содействуют овладению практическими навыками по основным разделам дисциплины. Контроль выполненной работы осуществляется на очередном семинарском занятии в форме устного опроса, собеседования, либо выполнения письменной контрольной работы и т.д.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

<i>Номер раздела (темы)</i>	<i>Кол-во часов</i>	Формы работы
<i>Тема 1. Координация редакционной деятельности и управление редакцией.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2. Структура и состав редакционного коллектива: творческий и технический персонал.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3. Бизнес-планирование работы редакции.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4. Оптимизация экономической деятельности редакции.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 5. Виды редакционного менеджмента и его организация.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 6. Правовое регулирование работы редакции СМИ.</i>	8	Подготовка к собеседованию Подготовка к собеседованию
<i>Тема 7. Организационно-массовая работа редакции</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 8. Перспективное (долгосрочное), среднесрочное и оперативное (краткосрочное) планирование</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 9. Стратегическая модель работы редакции СМИ. Модель макета номера.</i>	8	Подготовка к собеседованию

--	--	--

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, диспутов, дебатов, портфолио, круглых столов и пр.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Система управления редакцией. Координация редакционной деятельности	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Редакционный коллектив и медиапланирование. Структура и состав редакционного коллектива	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Бизнес-планирование в редакции	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Редакционный маркетинг. Оптимизация экономической деятельности редакции	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Редакционный менеджмент – цели, виды, организация	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено

Тема 6. Цели и направления правового регулирования редакционной деятельности	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 7. Формирование редакционного актива. Организационно-массовая работа редакции	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 8. Планирование номера, организация его материалов	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 9. Методы управления редакцией. Моделирование	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Система управления редакцией. Координация редакционной деятельности	УК-9, ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Редакционный коллектив и медиапланирование. Структура и состав редакционного коллектива	УК-9, ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Бизнес-планирование в редакции	УК-9, ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Редакционный маркетинг. Оптимизация экономической деятельности редакции	УК-9, ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Редакционный менеджмент – цели, виды, организация	УК-9, ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. Цели и направления правового регулирования редакционной деятельности	УК-9, ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 7. Формирование редакционного актива. Организационно-массовая работа редакции	УК-9, ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 8. Планирование номера, организация его материалов	УК-9, ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 9. Методы управления редакцией. Моделирование	УК-9, ПК-4	Устный опрос, практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7.
Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов

2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры
----------------------------	---

Таблица 8.

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Пример практического задания

1. Исходя из должностных обязанностей медиапланера разработать набор его профессиональных качеств (профессиограмму). Работа выполняется индивидуально, результат предоставляется в виде круговой или столбиковой диаграммы.

2. Подготовить медиабриф для газеты или журнала

3. Решение задачи.

Журнал «Интерьер» читают 28 % населения. Из этих 28% 6) читают еще и журнал «Все для дома». 5% читают журнал «Наш дом». У журнала «Все для дома» и «Наш дом» читательские базы составляют соответственно 23% и 15%. У каждого из этих изданий есть общая и эксклюзивная аудитория.

Определите:

1. суммарную аудиторию изданий
2. аудитории читателей, которые увидят рекламу 1,2 и 3 раза, а также суммарный показатель охвата
3. среднюю частоту контактов с изданиями.
4. По каждой теме требуется подобрать как минимум 6 образцов рекламной продукции, разделенных на три группы, по два образца в каждом. Группы должны соответствовать трем видам рекламы (по критерию аудитории): продающая реклама, продающая реклама, имиджевая реклама, и в каждой должен быть образец эффективной рекламы, и неэффективной. Итого – 6 образцов рекламной продукции на каждое домашнее задание. Медиаплан оценивается по следующим ключевым критериям: оформление, финансовая реалистичность и целесообразность, соот-

ветствие выбранных видов и объемов рекламного воздействия рекламным задачам, соответствие рекламных задач маркетинговым целям и стратегиям.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Что такое медиапланирование?
2. Типы медиапланирования: краткосрочное (оперативное), среднесрочное, долгосрочное (перспективное).
3. Что такое медиабизнес? Какова роль медиапланирования в медиабизнесе?
4. Какие организационно-правовые формы регистрации юридического лица редакции вы знаете? Чем они различаются?
5. Что такое менеджмент? Какие его виды используют в газетных редакциях?
6. Определите особенности трудовых отношений в газетной редакции.
7. Каковы особенности редакционного коллектива?
8. Кто и как определяет его величину?
9. Как и почему различается состав редакций массового общественно-политического, делового и спортивного периодического издания?
10. Каковы особенности системной структуры газетной редакции?
11. Назовите основные части функциональной структуры газетной редакции. Каково их назначение?
12. Определите основные подразделения звена управления творческой части редакции.
13. Какова структура звена исполнения творческой части редакции?
14. Какие службы входят в техническую часть редакции?
15. Назовите основные подразделения коммерческой части газетной редакции и их обязанности.
16. Определите основные тенденции и причины изменения структуры редакции печатного периодического издания.
17. Чем различаются пирамидальная и плоская структуры газетной редакции? Каковы их достоинства и недостатки?
18. Каковы тенденции изменения структуры газетной редакции?
19. Определите причины и особенности формирования ролевой структуры редакции.
20. Какое значение имеет ролевая структура редакции для ее работы?
21. Чем определяется формальная ролевая структура редакции, и как ее фиксируют?
22. А чем отличается от нее неформальная ролевая структура редакции?
23. Как можно оптимизировать ролевую структуру редакционного коллектива?
24. Какие виды планов входят в систему редакционного планирования, и каковы их особенности?
25. Каковы цели координации редакционной деятельности?

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности ПК-4. Способен продвигать мультимедийный контент путем взаимодействия с различными социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов и платформ				
1.	Задание закрытого типа	Термин «журналистика» пришел в русский язык из ... языка 1) Английского 2) Чешского 3) Французского	3	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
2.		<i>Задание предполагают два правильных ответа.</i> <i>Назовите три основные условия информативности:</i> - оригинальность сведений, сообщаемых аудитории, их новизна - ценность, общественная значимость для аудитории сообщаемых сведений - доступность сообщения, возможность понимания его аудиторией в соответствии с замыслом журналиста	Все три условия релевантны	1
3.		<i>В каких из перечисленных случаев можно вести речь о недостаточной принципиальности журналиста?</i> 1. получение взятки; 2. ставить в материале псевдоним; 3. скрытая реклама; 4. получение гонорара; 5. выполнение оплаченных заданий для информационных служб; 6. работа по заказу	1,3	1
4.		<i>Особая форма результативности, которая определяется как конкретное участие журналистики в решении социально-экономических, хозяйственных, культурных задач и измеряется совокупностью принятых органами власти решений и проведённых мероприятий по материалам журналистов – это</i> 1. эффективность; 2. действенность; 3. пропаганда; 4. идеология	1,2	1
5.		<i>Перечислите элементы, которые входят в систему журналистских видов деятельности.</i> 1. Пропагандистская деятельность, редакторская деятельность, исследовательская деятельность	3	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		2.Рекламная деятельность, редакторская деятельность, писательская деятельность 3.Творческая деятельность, рекламная деятельность, редакторская деятельность		
	Задание открытого типа			
6.		<i>Предмет аналитической журналистики.</i>	Актуальные общественные явления, события, процессы, ситуации и связанные с ними теоретические и практические проблемы общественного развития. Для АЖ характерно обращение к вопросам выбора эффективных путей развития общества; выяснение причин, условий развития событий и изменения ситуаций, оснований, мотивов, интересов, намерений, действий различных социальных сил; выявление современных противоречий тенденций развития, правильности, обоснованности разнообразных точек зрения, идей.	6-8
7.		<i>Факторы принятия аудиторией аналитического текста</i>	- наличие у аудитории практической необходимости в данной информации. Создать текст, способный удовлетворить все мотивы аудитории, вряд ли возможно, поэтому необходима «ориентация» текста на конкретные мотивы той или иной аудитории. При этом возможно составление прогноза оценки ауди-	10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			торией адресуемых ей публикаций с точки зрения «нужности» их для нее. - соответствие текста объективной реально-сти. Одной из причин обращения аудитории к СМИ является потребность в достоверности информации. Отсюда – соответствующие требования к журналисту: усиление поисковой деятельности по выявлению истины. - определенная организация текста. С одной стороны, текст должен отображать познание автором какого-то явления действительности, с другой – как средство общения – отображать коммуникативный акт, речевую деятельность, адресованную автором аудитории. - ориентация на доминантные проблемы аудитории Текст имеет стопроцентную вероятность принятия, если он ориентирован на те потребности, которые хорошо осознаны аудиторией, но длительное время не удовлетворялись. - соотнесенность с «прошлым опытом» аудитории. Понятие «прошлого опыта» включает в себя запас знаний, систему фиксированных	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			установок, стереотипов, норм, ценностных ориентаций; способности, умения, навыки осуществления различных мыслительных операций; стиль мышления. Журналистский текст должен учитывать «прошлый опыт» аудитории, и строиться, основываясь на нем.	
8.		<i>Основные приемы истолкования предмета отображения в журналистике</i>	Некая фиксация знания, цель которой – познакомить читателя с предметом, ввести его в курс настоящего разговора, создать наглядный образ. Описание – база для дальнейших теоретических операций. От описания зависит интерес аудитории к предмету. Два метода построения описания: 1) Группировка данных. Систематизация знаний о предмете по их подобию/различию. Позволяет связать разрозненные факты в единую систему, соответствующую концепции текста. 2) Типологизация. Выявление устойчивых общих свойств предметов. - Объяснение Установление причинно-следственных связей внутри события или между разными событиями. Для этого нужно: 1) выделить некую совокупность	5-7

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			фактов и найти то общее, что их связывает; 2) найти исходную точку; 3) восстановить всю цепочку; 4) исходя из логики развития цепочки, предположить ее дальнейшее развитие. - Прогноз Важнейший элемент. Используется в любых аналитических материалах. Несколько методов прогнозирования: - метод экспертных оценок (желательно мнение нескольких независимых экспертов); - сценарный метод (сценарии – публикации, отражающие жизнь какого-то объекта, позволяющие выдвинуть гипотезы прогностического характера); - метод экстраполяции (перенос выводов о какой-то части явления на другую часть, проекция тенденций, присутствующих в прошлом и настоящем, на будущее); - метод аналогии. Из текста должно быть хорошо видно, что прогноз носит вероятностный характер. - Оценка Сопоставление чего-либо с идеалом. Сильно влияет на систему взаимоотношений «автор-аудитория» (один из факторов принятия-	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			непринятия текста). Методы выражения оценки: 1) Избирательная. Акцент делается на одной грани анализируемого явления. Используется в пропагандистских целях, рекламных материалах. 2) Объективно-комплексная. Оцениваются все грани, в конце – вывод автора о преимуществе какой-либо из них. По способу выражения оценка бывает прямой авторской (оценочные слова) и опосредованной (через описание своего действия или действий тех или иных людей). К неприемлемым методам оценки явлений относятся: - Домысел и «передержки» (сознательное искажение оцениваемого явления, приписывание ему несвойственных качеств, следствий; эти методы опираются на невозможность проверки достоверности, на неосведомленность аудитории); - Апелляция к «личности» (оценивается не событие, а человек, имеющий к нему отношение); - Апелляция к «публике» (автор уклоняется от обоснования утверждений путем «заигрывания» с читателем, лести в его адрес);	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			- Навешивание ярлыков (предмету оценки приписываются те качества, которых у него нет); - Сплетня (использование непроверенных источников информации). - Доказательство Задача доказательства – подтверждение авторских суждений. Состоит из трех элементов: 1) Тезис. Основная идея, которую нужно доказать. Должен быть четким и определенным, не меняться по ходу доказательства, полностью подтверждаться аргументом. 2) Аргумент. То, что подтверждает истинность тезиса. Должен быть наглядным, соответствовать реальности, проверяться практикой, быть самостоятельным независимо от тезиса. Он не должен противоречить другим аргументам в рамках данного доказательства. 3) Демонстрация. Предъявление аргументов, установление их связи с тезисом. Существует две ошибки при работе с доказательством: 1) мнимое следование (отсутствие логической связи между тезисом и аргументом); 2) прыжок доказательства (вывод делается из тех аргу-	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			ментов, из которых он не следует). Для усиления доказательства используются: - привязка доказательства к опыту аудитории; - привязка доказательства к возможности проверки аудиторией; - привязка доказательства к авторитетному мнению или источнику; - прием «перевеса мнений».	
9.		<i>Типы построения аналитического текста</i>	Выделяют следующие типы построения: - Познавательные ориентированные тексты. В основе восприятия лежит человеческое любопытство. Используется в случае, если аудитория предельно заинтересована в предмете. В обобщенном виде выглядит как: описание фактов – объяснение – оценка – предписание. Существует несколько методов построения познавательных ориентированных текстов. - как описание отдельного элемента процесса познания (плюсы: четко фиксируются познавательные действия журналиста; минусы: может входить в аналитический текст как фрагмент); - как изложение нескольких взаимосвя-	5-6

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			занных элементов процесса познания (важно, чтобы все они отражали суть проблемы, каждый из них раскрывал ее, между элементами присутствовала логическая связь); - как изложение завершенного, целостного акта познания (акцент на завершенность, используется, когда интерес представляет не сам процесс познания, а результат; пример – журналистское расследование); - как описание схемы познавательного рассуждения (использование формально-логических методов познания, важно не сводить до уровня научных доказательств.); - Коммуникативно-ориентированные тексты. Для аудитории журналистский текст зачастую служит средством коммуникации. Существует несколько групп коммуникативных потребностей. По направленности выделяют: - Собственно социальные (социальным группам для осуществления социальной деятельности); - Социально-психологические (информационные потребности отдельных	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			людей для выработки адекватной социальной ориентации, профессиональной деятельности).	
10.		<i>Элементы доказательства в журналистике</i>	1) Тезис. Основная идея, которую нужно доказать. Должен быть четким и определенным, не меняться по ходу доказательства, полностью подтверждаться аргументом. 2) Аргумент. То, что подтверждает истинность тезиса. Должен быть наглядным, соответствовать реальности, проверяться практикой, быть самостоятельным независимо от тезиса. Он не должен противоречить другим аргументам в рамках данного доказательства. 3) Демонстрация. Предъявление аргументов, установление их связи с тезисом. Существует две ошибки при работе с доказательством: 1) мнимое следование (отсутствие логической связи между тезисом и аргументом); 2) прыжок доказательства (вывод делается из тех аргументов, из которых он не следует). Для усиления доказательства используются: - привязка доказательства к опыту аудитории; - привязка доказательства к возможно-	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			сти проверки аудиторией; - привязка доказательства к авторитетному мнению или источнику; - прием «перевеса мнений».	

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

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

Оценка достижений студентов строится на основе системы БАРС (Приказ ректора от 13.01.2014 г. № 08-01-01/08).

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Основной блок				
1.	Выступления на семинарских занятиях	9/8	72	По расписанию
2.	Практические работы	9/1	9	По расписанию
3	Контрольные работы	2/5	10	По расписанию
	Всего		91	
Блок бонусов				
5.	Посещение занятий		3	
6.	Своевременное выполнение заданий		3	
7.	Креативный подход		3	
	Всего		9	
Итого			100	

Таблица 11. – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	2
Нарушение учебной дисциплины	5
Неготовность к занятию	5
Пропуск занятия без уважительной причины	5

**Таблица 12. – Шкала перевода рейтинговых баллов
в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)**

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

Преподаватель, реализующий дисциплину (модуль), в зависимости от уровня подготовленности обучающихся может использовать иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Основная литература

1. Вартанова Е.Л., Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 400 с. (Серия "Учебник нового поколения"). - ISBN 978-5-7567-0724-3. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html> (ЭБС «Консультант студента»).

2. Шарков Ф.И., Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиа-планирование [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2012. - 488 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394011856.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.2. Дополнительная литература

1. Ларионова И.А., Реклама в коммерческой деятельности [Электронный ресурс] / Ларионова, И.А. - М. : МИСиС, 2012. - 81 с. - ISBN 978-5-87623-620-3. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785876236203.html> (ЭБС «Консультант студента»).

2. Пономарева А.М., Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / А.М. Пономарева. - М. : Финансы и статистика, 2010. - 192 с. - ISBN 978-5-279-03253-2. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279032532.html> (ЭБС «Консультант студента»).

3. Шпаковский В.О., PR-дизайн и PR-продвижение [Электронный ресурс]: учеб. пособие

4. Шпаковский В.О., Егорова Е.С. - М. : Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с. - ISBN 978-5-9729-0217-0. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902170.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочесть задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).