

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 13.09.2024 11:46:21  
Уникальный идентификатор:  
5cf0d6f89e80f49a334f6a4ba58e91f3326b9926

**Министерство науки и высшего образования РФ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Дагестанский государственный технический университет»**

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Дисциплина Основы рекламы и визуальных коммуникаций  
наименование дисциплины по ОПОП

для направления (специальности) 09.04.03 Прикладная информатика  
код и полное наименование направления (специальности)

по профилю (специализации, программе) Прикладная информатика в дизайне,

факультет магистерской подготовки,  
наименование факультета, где ведется дисциплина

кафедра курс «Дизайн».  
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина

Форма обучения очная, курс 2 семестр (ы) 3.  
очная, очно-заочная, заочная

г. Махачкала 2022

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) **09.04.03 Прикладная информатика** с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению и профилю подготовки **«Прикладная информатика в дизайне»**

Разработчик \_\_\_\_\_

  
подпись

Муллахмедова С.С.

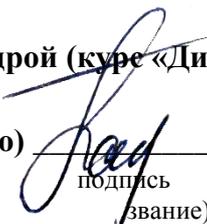
(ФИО уч. степень, уч. звание)

«09» 09. 2022 г.

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры **курс «Дизайн»** от 12.09.2023 года, протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой (курсе «Дизайн») по данному направлению

(специальности, профилю) \_\_\_\_\_

  
подпись  
звание)

Парамазова А.Ш.

(ФИО уч. степень, уч.

«12» 09. 2022 г.

Программа одобрена на заседании Методической комиссии технологического факультета от 15.09.2022 года, протокол № 1.

Председатель Методической комиссии технологического факультета

  
подпись

Ибрагимова Л.Р., к.т.н., доцент

(ФИО уч. степень, уч. звание)

«12» 09 2022 г.

Декан факультета \_\_\_\_\_

  
подпись

Ашуралиева Р.К.

ФИО

Начальник УО \_\_\_\_\_

  
подпись

Магомаева Э.В.

ФИО

Начальник УМУ \_\_\_\_\_

  
подпись

Абдулазизова Т.Т.

ФИО

## **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Основы рекламы и визуальных коммуникаций» являются развитие у обучающихся способности аналитического осмысления системных проблем современных коммуникаций и рекламы, формирование творческого подхода к организации проектно-художественных работ в сфере графического, рекламного дизайна, развитие творческого и исследовательского подхода к деятельности в области рекламы на основе методов и средств создания художественного образа. В ходе их достижения решаются следующие задачи:

- знакомство и анализ современных определений рекламного дизайна как универсальной проектной деятельности;
- формирование понимания рекламного дизайна как особой проектной деятельности;
- закрепление навыков композиционных решений применительно к задачам дизайнерского проектирования;
- овладение основами дизайнерского проектирования на базе теории, приведенной в систему знаний;
- освоение методов и получение навыков в отборе современных продуктов дизайнерской деятельности.

*Основными задачами преподавания дисциплины являются:*

- формирование навыков системного осмысления профессиональных проблем;
- обучение приемам творческой генерации идей для решения проблем профессиональной деятельности;
- развитие представлений о специфике маркетингового, социологического и культурологического подходов к пониманию рекламного дизайна.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина «Основы рекламы и визуальных коммуникаций» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана, формируемого участниками образовательных отношений.

До освоения дисциплины «Основы рекламы и визуальных коммуникаций» должны быть изучены следующие дисциплины: «Дизайн-проектирование», «Философские проблемы науки и техники», «Современные проблемы дизайна».

Особое место данной дисциплины в профессиональной подготовке дизайнеров обусловлено тем, что дисциплина рассматривает целенаправленно вопросы эргономики, экологии, философии, искусствоведения, экономики. Курс логически и содержательно связан с дисциплинами: «Цветоведение», «Композиция», а также с учебной и производственной практиками, является важным звеном в подготовке ВКР.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате освоения дисциплины *Основы рекламы и визуальных коммуникаций* студент должен овладеть следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование показателя оценивания (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Знать методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта УК-2.2. Уметь разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ УК-2.3. Владеть навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Знать методики формирования команд; методы эффективного руководства коллективами. УК-3.2. Уметь разрабатывать командную стратегию; организовывать работу коллективов; управлять коллективом; разрабатывать мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту. УК-3.3. Владеть методами организации и управления коллективом, планированием его действий.
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Знать современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации. УК-4.2. Уметь применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового

		общения. УК-4.3. Владеть методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств.
--	--	--

#### 4. Объем и содержание дисциплины (модуля)

<b>Форма обучения</b>	<b>очная</b>	<b>очно-заочная</b>	<b>заочная</b>
<b>Общая трудоемкость по дисциплине (ЗЕТ/ в часах)</b>	<b>4/144</b>		<b>-</b>
<b>Лекции, час</b>	<b>17</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Практические занятия, час</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Лабораторные занятия, час</b>	<b>34</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Самостоятельная работа, час</b>	<b>57</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Курсовой проект (работа), РГР, семестр</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
<b>Зачет (при заочной форме 4 часа отводится на контроль)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Часы на экзамен (при очной, очно-заочной формах 1 ЗЕТ – 36 часов, при заочной форме 1 ЗЕТ – 9 часов)</b>	<b>36 часов на контроль</b>	<b>-</b>	<b>-</b>



	<p>1. Визуальная составляющая среды обитания</p> <p>2. Способы кодирования информации</p> <p>3. Условия выбора шрифта</p> <p>4. Кодирование цветом</p> <p>5. Основные правила использования шрифтов</p> <p>6. Использование шрифта в сочетании с иллюстрациями</p> <p>7. Пиктограммы</p>												
5.	<p><b>ТЕМА 5. ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖ-СТРАТЕГИИ И СПОСОБЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРОВ</b></p> <p>1. Бренды. Мотивационный анализ (осознанные и неосознанные мотивы). Идентификация. НЛП.</p> <p>2. Формирование социально-психологической установки. Утверждение или идея как залог успеха рекламы.</p> <p>3. Формирование смыслов и символических кодов социальных ценностей.</p> <p>4. Воплощение рекламной идеи в брендинге. Способы формирования имиджа: акцентирование, гиперболизация, контаминация</p> <p>5. Дизайн фирменного стиля и логотипа</p> <p>6. Задачи при разработке фирменного стиля и логотипа</p> <p>7. Основные носители фирменного стиля</p>	3	-	6	9					-	-	-	-
6.	<p><b>ТЕМА 6. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА</b></p> <p>1. Особенности наружной рекламы</p> <p>2. Модульная сетка</p> <p>3. Виды наружной рекламы</p> <p>4. Другие средства рекламы: наружная реклама, прямой отклик, Интернет.</p>	2	-	4	8	-	-	-	-	-	-	-	-

	5. Стимулирование сбыта. 6. Цвет и форма в рекламе. Теория гештальта и восприятие рекламы.												
7.	ТЕМА 7. ИССЛЕДОВАНИЯ В РЕКЛАМЕ 1. Творческая стратегия. 2. Сущность творческого процесса.	2	-	4	8	-	-	-	-	2	-	-	-
8.	ТЕМА 8.ПРОИЗВОДСТВО И ПЛАНИРОВАНИЕ Создание продукта: от идеи до воплощения.	2	-	4	8	-	-	-	-	-	-	-	-
Форма текущего контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре)		Входная конт. работа 1 аттестация 1-3 тема 2 аттестация 4-6 тема 3 аттестация 7-8 тема				-							
Форма промежуточной аттестации (по семестрам)		<b>Экзамен 36 часов</b>				-							
<b>ИТОГО</b>		<b>17</b>	<b>-</b>	<b>34</b>	<b>57</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>				

#### 4.2. Содержание лабораторных занятий (3 семестр)

№	№ лекции из рабочей программы	Наименование лабораторного (практического, семинарского) занятия	Количество часов			Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
			Очно	Очно-заочно	Заочно	
1.	Лекция 1,2	ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 1. ОБЪЕМ И ГРАФИКА. ОБЪЕМНЫЕ КОМПОЗИЦИИ В РЕКЛАМЕ. УПАКОВКА КАК ВИД РЕКЛАМЫ. ОБЪЕМНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ МОДУЛИ	8	-	-	1-8
2.	Лекция 3,4.	ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 2. ПРИОРИТЕТЫ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ И МЕТОДОВ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЗРИТЕЛЯ В РАЗНЫХ ВИДАХ КОМПОЗИЦИИ	8	-	-	1-8
3.	Лекция 5,6	ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА №3. МЕТОДЫ РАБОТЫ С РАЗНОХАРАКТЕРНЫМИ ТЕКСТУРАМИ В КОЛЛАЖАХ. ТЕКСТУРА В «ФИРМЕННОМ СТИЛЕ»	10	-	-	1-8
4.	Лекция 7,8.	ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 4. ПРИМЕНЕНИЕ В РЕКЛАМЕ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ КОМПОЗИЦИОННОГО ПОСТРОЕНИЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ОПРАВДАННОСТЬ	8	-	-	1-8
<b>Итого:</b>			34	-	-	

### 4.3. Тематика для самостоятельной работы студента

№	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Кол-во часов из содержания дисциплины			Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
		очно	Очно-заочно	заочно		
1.	<p>ТЕМА 1. ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ИСТОРИЯ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ</p> <p>1. Понятие и функции визуальной коммуникации</p> <p>2. История возникновения и трансформации визуальной коммуникации</p>	8	-	-	1-8	изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к семинарам, подготовка эссе, докладов и рефератов, тестирование, подготовка презентаций, работа с электронным учебником, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий
2.	<p>ТЕМА 2. КЛАССИФИКАЦИИ РЕКЛАМЫ и УПРАВЛЕНИЕ ЕЮ</p> <p>1. Классификация рекламы по носителю визуальной информации (печатная, графика на рекламных объектах, рекламные ролики).</p> <p>2. Выделение видов рекламы по функциональному назначению, по композиционно-конструктивным качествам.</p> <p>3. Целевой маркетинг.</p> <p>Управление рекламой. 4. Рекламная стратегия</p>	8	-	-	1-8	изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к семинарам, подготовка эссе, докладов и рефератов, тестирование, подготовка презентаций, работа с электронным учебником, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий
3.	<p>ТЕМА 3. ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ</p>	8	-	-	1-8	изучение основной и дополнительной литературы,

	<p>1. Визуальные коммуникации в городской среде</p> <p>2. Задачи и функции рекламы</p> <p>3. Основные участники и типы рекламы</p> <p>4. Визуальные коммуникации, отвечающие за безопасность. Маркировка объектов</p> <p>5. Телевидение. Печатные СМИ.</p> <p>Визуальная реклама.</p>					<p>подготовка к семинарам,</p> <p>подготовка эссе, докладов и рефератов, тестирование, подготовка презентаций, работа с электронным учебником, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий</p>
4.	<p>ТЕМА 4. КОДИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ. ПИКТОГРАММЫ</p> <p>1. Визуальная составляющая среды обитания</p> <p>2. Способы кодирования информации</p> <p>3. Условия выбора шрифта</p> <p>4. Кодирование цветом</p> <p>5. Основные правила использования шрифтов</p> <p>6. Использование шрифта в сочетании с иллюстрациями</p> <p>7. Пиктограммы</p>	8	-	-	1-8	<p>изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к семинарам, подготовка эссе, докладов и рефератов, тестирование, подготовка презентаций, работа с электронным учебником, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий</p>
5.	<p>ТЕМА 5. ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖ-СТРАТЕГИИ И СПОСОБЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРОВ</p> <p>1. Бренды. Мотивационный анализ (осознанные и неосознанные мотивы). Идентификация. НЛП.</p> <p>2. Формирование социально-психологической установки. Утверждение или идея как залог успеха рекламы.</p> <p>3. Формирование смыслов и символических кодов</p>	9	-	-	1-8	<p>изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к семинарам, подготовка эссе, докладов и рефератов, тестирование, подготовка презентаций, работа с электронным учебником, изучение дополнительных</p>

	социальных ценностей. 4. Воплощение рекламной идеи в брендинге. Способы формирования имиджа: акцентирование, гиперболизация, контаминация 5. Дизайн фирменного стиля и логотипа 6. Задачи при разработке фирменного стиля и логотипа 7. Основные носители фирменного стиля					тем занятий, выполнение домашних заданий
6.	ТЕМА 6. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА 1. Особенности наружной рекламы 2. Модульная сетка 3. Виды наружной рекламы 4. Другие средства рекламы: наружная реклама, прямой отклик, Интернет. 5. Стимулирование сбыта. 6. Цвет и форма в рекламе. Теория гештальта и восприятие рекламы.	8	-	-	1-8	изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к семинарам, подготовка эссе, докладов и рефератов, тестирование, подготовка презентаций, работа с электронным учебником, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий
7.	ТЕМА 7. ИССЛЕДОВАНИЯ В РЕКЛАМЕ 1. Творческая стратегия. 2. Сущность творческого процесса.	8	-	-	1-8	изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к семинарам, подготовка эссе, докладов и рефератов, тестирование, подготовка презентаций, работа с электронным учебником, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий
8.	ТЕМА 8.ПРОИЗВОДСТВО И	8	-	-	1-8	изучение основной

	<b>ПЛАНИРОВАНИЕ</b> Создание продукта: от идеи до воплощения.					и дополнительной литературы, подготовка к семинарам, подготовка эссе, докладов и рефератов, тестирование, подготовка презентаций, работа с электронным учебником, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий
	<b>ИТОГО:</b>	<b>57</b>	-	-		

## **5. Образовательные технологии**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализации компетентностного подхода в процессе изучения дисциплины «Основы теории и методы дизайна» используются как традиционные, так и инновационные технологии, активные и интерактивные методы и формы обучения: практические занятия тренинг речевых умений, разбор конкретных ситуаций, коммуникативный эксперимент, коммуникативный тренинг.

При проведении лабораторных работ используются пакеты программ: Microsoft Office 2016/2018 (MS Word, MS Excel, MS Access), Mathcad, InDesign, Adobe Photoshop, и Adobe Illustrator.

При чтении лекционного материала используются современные технологии проведения занятий, основанные на использовании проектора, обеспечивающего наглядное представление методического и лекционного материала. При составлении лекционного материала используется пакет прикладных программ презентаций MS PowerPoint. Использование данной технологии обеспечивает наглядность излагаемого материала, экономит время, затрачиваемое преподавателем на построение рисунков.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки при реализации компетентностного подхода предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Творческие задания для самостоятельной работы, информационно-коммуникативные технологии. Удельный вес, проводимых в интерактивных формах составляет не менее 20% аудиторных занятий (28 ч.).

В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями учреждений культуры Республики Дагестан, государственных и общественных организаций, экспертов и специалистов в области искусства.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

Оценочные средства приведены в ФОС

**7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)  
Рекомендуемая литература и источники информации (основная и  
дополнительная)**

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Количество изданий	
			В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5
<b>ОСНОВНАЯ</b>				
1	лк, пз, лб, срс	Прохожев, О. А. Проектирование средств визуальной коммуникации: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород : ННГАСУ, 2019. — 113 с. — ISBN 978-5-528-00369-6. — Текст : электронный //	Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/164853">https://e.lanbook.com/book/164853</a>	-
2	лк, пз, срс	Гуртовая, Е. А. Визуальная коммуникация : учебно-методическое пособие / Е. А. Гуртовая. — Минск : БГУ, 2019. — 99 с. — ISBN 978-985-566-721-7. — Текст : электронный //	Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/180494">https://e.lanbook.com/book/180494</a>	-
<b>ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ</b>				
3	лк, пз, срс	Ковалева, Л. А. Конструирование объектов визуальной коммуникации: учебное пособие / Л. А. Ковалева, Е. А. Гаврилюк. — Благовещенск: АмГУ, 2017. — 148 с. — Текст: электронный //	Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/156499">https://e.lanbook.com/book/156499</a>	-
4	лк, пз, срс	Прохожев, О. А. Визуальные коммуникации в историческом и культурном аспекте: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. — Нижний Новгород: ННГАСУ, 2019. — 113 с. — ISBN 978-5-528-00368-9. — Текст : электронный //	Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/164854">https://e.lanbook.com/book/164854</a>	-
5	лк, пз,	Станишевская, Л. С. Визуальные	Лань :	-

	срс	коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск: АмГУ, 2017. — 60 с. — Текст : электронный //	электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/156504">https://e.lanbook.com/book/156504</a>	
6	лк, пз, срс	Пигулевский В.О. Искусство и дизайн: дух времени и механизм прогресса. В 2-х т. Том 2. История дизайна: механизм прогресса : учебное пособие / Пигулевский В.О., Стефаненко А.С.. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 314 с. — ISBN 978-5-4487-0521-2, 978-5-4487-0519-9. — Текст: электронный //	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/86443.html">https://www.iprbookshop.ru/86443.html</a> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей	-
7	лк, пз, срс	Соболева И.С. Прикладной дизайн. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Соболева И.С., Чинцова Я.К.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 76 с. — ISBN 978-5-7937-1527-0. — Текст : электронный //	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/102462.html">https://www.iprbookshop.ru/102462.html</a> — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <a href="https://doi.org/10.23682/102462">https://doi.org/10.23682/102462</a>	-
8	лк, пз, срс	Смирнова А.М. Компьютерная графика и дизайн художественных изделий. Теория и практика : учебное пособие / Смирнова А.М.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 165 с. — ISBN 978-5-7937-1675-8. — Текст : электронный //	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/102917.html">https://www.iprbookshop.ru/102917.html</a> — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <a href="https://doi.org/10.23682/102917">https://doi.org/10.23682/102917</a>	-

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

На факультете магистерской подготовки ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет» имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, а также электронные ресурсы сети Интернет.

### **Специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ОВЗ определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;
- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

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

Обучение в рамках учебной дисциплины обучающихся с ОВЗ осуществляется ДГТУ с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебной дисциплине обучающихся с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по дисциплине обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
  - наличие альтернативной версии официального сайта ДГТУ в сети «Интернет» для слабовидящих;
  - весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.
  - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

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

2) для лиц с ОВЗ по слуху:

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

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

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие студентам с ОВЗ адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебной дисциплины научно-педагогическим работникам рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ОВЗ в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

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

## 9. Лист изменений и дополнений к рабочей программе

Дополнения и изменения в рабочей программе на 20\_\_/20\_\_ учебный год.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. ....;
2. ....;
3. ....;
4. ....;
5. ....

или делается отметка о нецелесообразности внесения каких-либо изменений или дополнений на данный учебный год.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
\_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года, протокол № \_\_\_\_\_.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(название кафедры) (подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

### Согласовано:

Декан (директор) \_\_\_\_\_  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

Председатель МС факультета \_\_\_\_\_  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)