Департамент образования и науки города Москвы

Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» Самарский филиал

Факультет педагогики и психологии

Кафедра педагогики

УТВЕРЖДАЮ

Директор СФ ГАОУ ВО МГПУ

_____Г.Е. Козловская

«_____»_____2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебной дисциплины

«ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ МЕДИАПРОЕКТОВ»

Для направления подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Направленность (профиль) Театральное искусство и мультимедийные индустрии
Уровень бакалавриата
Форма обучения очная

Самара
2024

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование уровень высшего образования бакалавриат, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 г.№ 125.

Разработчик:

СФ ГАОУ ВО МГПУ старший преподаватель кафедры педагогики, к.пед.н., Е.М.Манасырова

(место работы) (занимаемая должность) (инициалы, фамилия)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры педагогики
Протокол №____ от _____ г.
Зав. кафедрой: д. пед. н., профессор Носков И.А.

Программа утверждена на заседании Ученого совета факультета педагогики и психологии
Протокол № ___ от _____ г.
Декан факультета: к. и. н., доцент Васильев В.В.

Программа прошла экспертизу учебно-методической комиссии СФ ГАОУ ВО МГПУ
Протокол №___ от _____ г.
Председатель УМК: к.т.н., доцент Кирюков С.Р.

© СФ ГАОУ ВО МГПУ, 2024

© Кафедра педагогики, 2024

Наименование дисциплины (модуля) Технологии создания медиапроектов

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цели и задачи освоения дисциплины (модуля):

Овладение технологиями и инструментами медиапроектирования, навыками подготовки сценария медиапроекта, поиска источников, воплощения идеи в законченный медиапродукт.

Задачи дисциплины:

- приобретение знаний об основных технологиях, инструментах, методах, применяемых в медиапроектировании;
- формирование способности к созданию медиапроекта как особого информационно-творческого продукта;
- усвоение основных требований к медиапроекту: форме и содержанию; умения редактировать полученный материал;
- приобретение навыков продвижения медиапроекта на информационный рынок.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1 (Б1.О.06 Мультимедийные индустрии).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **компетенций*:***

- способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2. Разработка и реализация проектов);
- способность создавать мультимедийный контент для различных субъектов социальной и экономической деятельности с учетом их специфики и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-11. Проектная деятельность по созданию концепций медиапроектов и их реализации).

3. В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции;
- роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, медиапроекутов, основные методы изучения аудитории;
- технологии формирования бренда и проведения ребрендинга концепции масс-медиа.

Уметь:

- определять целевую аудиторию, для которой предназначен медиапроект, ее
- социальные и психологические характеристики;
- корректировать концепции различных по типу медиапроектов.

Владеть:

- методикой моделирование портрета целевой аудитории;
- навыками применения результатов обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития медиапроекта;
- технологией отбора эффективных способов позиционирования и продвижения медиапроектов на информационном рынке, ребрендинга

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр 5
Контактная работа (всего)	**32**	**32**
В том числе:		
Лекции	**16**	**16**
Практические занятия (ПЗ):	**16**	**16**
в т.ч. интерактивные		
в т.ч. практическая подготовка		
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа (всего)	**40**	**40**
Вид промежуточной аттестации (экзамен)		**Зачет**
Общая трудоемкость часы	**72**	**72**
зачетные единицы	**2**	**2**

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

5.1. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (элемента модуля)	Контактная работа		СРО	Всего
		Лекции	Практические занятия/практическая подготовка		
1.	Раздел 1. Характеристики медиапроектов как информационного продукта	**4**	**4**	**10**	**18**
2.	Раздел 2. Основы медиапроектирования. Этапы создания медиапроектов	**4**	**4**	**10**	**18**
3	Раздел 3. Основы управление медиапроектами. Технология и принципы брендирования медиапроекта.	**4**	**4**	**10**	**18**
4	Раздел 4. Моделирование продвижения и распространения медиапродукта.	**4**	**4**	**10**	**18**
Итого		**16**	**16**	**40**	**72**
		32			
Итого		**72**			

5.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (элемента модуля)	Содержание раздела, включая практическую подготовку
1.	Раздел 1. Характеристики медиапроектов как информационного продукта	Медиапроект как целевая информационная технология, объединяющая создание,

		упаковку и распространение уникального контента для решения конкретных задач (коммерческих, просветительских, социальных). Содержательные и функциональные свойства. Информативность: Главная функция — удовлетворение потребности аудитории в актуальных, достоверных и полезных знаниях. Потребительская ценность (полезность): Способность продукта решать проблемы пользователя, обучать, развлекать или помогать принимать решения. Адресность (сегментация): Четкая ориентация на конкретную целевую аудиторию (возраст, интересы, социальный статус). Форматные и технологические особенности. Мультимедийность и мультиформатность: Способность нести информацию в разных знаковых системах: текст, звук, графика, видео, анимация. Мультиплатформенность: Возможность адаптации и распространения продукта одновременно в различных средах: web-сайты, социальные сети, мобильные приложения, стриминговые сервисы, печать. Интерактивность: Вовлечение пользователя во взаимодействие с контентом (комментарии, реакции, опросы, гиперссылки, создание пользовательского контента — UGC). Специфические экономические черты. Товар двойного назначения: Информационный медиапродукт одновременно продается потребителю (в виде подписки, донатов, платного доступа) и продает аудиторию (ее внимание и время) рекламодателям. Нематериальность: Продукт потребляется в виде смыслов и эмоций, его ценность заключена не в физическом носителе, а в содержании. Размножаемость (тиражируемость) с нулевыми предельными издержками: Создание первого экземпляра требует больших затрат, а каждая последующая копия (для цифрового продукта) производится практически бесплатно. Немонотонность спроса: Интерес к продукту часто подвержен моде и быстро меняющимся трендам. Жизненный цикл и организационные признаки. Временная ограниченность: В отличие от регулярного СМИ, проект всегда имеет четкие сроки разработки, реализации и завершения (или ребрендинга).

		Уникальность: Проект направлен на создание нового, неповторимого медийного решения или события.
2.	Раздел 2. Основы медиапроектирования. Этапы создания медиапроектов	Медиапроект как это структурированный процесс создания и распространения уникального контента (статьи, видео, подкасты) для решения конкретных задач и воздействия на аудиторию. Ключевые этапы: Подготовительный (Инициация и планирование). Анализ: определение целевой аудитории, изучение конкурентов и оценка актуальности темы. Целеполагание: постановка четких задач (информирование, продажа, развлечение). Концепция: разработка идеи, формата (например, лонгрид, подкаст или видеосерия) и выбор каналов дистрибуции. План и смета: составление тайм-линейки (календарного плана), распределение ролей в команде и расчет бюджета. Проектирование (Пре-продакшн). Создание сценария: написание текстов, раскадровка, проработка визуального и аудиального стилей. Подбор инструментов: выбор технических средств (камеры, платформы для публикации, программы для монтажа). Кастинг и локации: поиск ведущих, героев или актеров, а также выбор мест для съемок. Реализация (Продакшн). Сбор материалов: проведение съемок, запись звука, создание графики и написание исходных текстов. Контроль качества: координация работы команды и соблюдение графика выполнения задач. Оформление (Пост-продакшн). Обработка контента: монтаж видео, цветокоррекция, сведение звука, редактура текста. Упаковка: создание обложек, заголовков и добавление интерактивных элементов. Продвижение и Аналитика (Релиз и оценка). Дистрибуция: публикация на медиаплатформах (социальные сети, сайты, видеохостинги) и запуск рекламных кампаний. Сбор обратной связи: анализ комментариев и реакций пользователей. Оценка эффективности: измерение результатов (охваты, просмотры, конверсии) на основе заданных на первом этапе целей.
3	Раздел 3. Основы управление медиапроектами. Технология и принципы брендирования медиапроекта.	Управление медиапроектами как процесс планирования, создания и продвижения уникального медиапродукта,

		объединяющий творчество и строгий менеджмент. Жизненный цикл: Инициация: Определение идеи, формата (подкаст, сериал, портал), целевой аудитории и постановка целей. Планирование: Расчет бюджета, составление календарного графика и распределение ролей в команде (продюсер, редактор, копирайтер). Производство: Непосредственное создание контента по принципам медиапроектирования. Дистрибуция: Выбор каналов продвижения (социальные сети, стриминги, SEO) и работа с алгоритмами платформ. Аналитика: Оценка эффективности (охваты, вовлеченность, конверсия) для корректировки стратегии. Технология брендирования медиапроекта. Нейминг и Визуальный стиль. Коммуникационная стратегия (Тон оф войс — ToV. Ценностная база. Уникальное торговое предложение (УТП)..
4	Раздел 4. Моделирование продвижения и распространения медиапродукта.	Моделирование продвижения и распространения медиапродукта как процесс создания и оптимизации стратегии коммуникации с аудиторией. Основные шаги и инструменты моделирования: Анализ аудитории и позиционирование. Сегментация: Разделение аудитории на микрогруппы (по возрасту, интересам, поведению). CustDev (Customer Development): Проведение глубинных интервью для выявления истинных потребностей пользователей. Карта эмпатии: Визуализация того, что целевая аудитория (ЦА) чувствует, думает, видит и слышит. Выбор каналов распространения (Медиамикс). Paid Media: Платный трафик, таргетированная и контекстная реклама. Owned Media: Собственные площадки (блог, сайт, Telegram-канал, email-рассылки). Earned Media: Органическое распространение (сарафанное радио, репосты, вирусный контент, PR-публикации). Shared Media: Совместные партнерские проекты, инфлюенс-маркетинг (работа с блогерами). 3. Моделирование воронки продаж и пути пользователя (CJM). Медиапланирование (Media Planning): Создание точного графика выхода публикаций и размещения рекламы с распределением рекламного бюджета. Построение CJM (Customer Journey Map):

		Проектирование всех точек касания пользователя с медиапродуктом — от первого знакомства до целевого действия (покупка подписки, скачивание, просмотр). A/B тестирование (Сплит-тесты): Запуск нескольких вариантов креативов или рекламных сообщений для выявления самого эффективного. Оценка эффективности (Аналитика). Моделирование медиамикса (Media Mix Modelling — MMM): Статистический анализ для оценки вклада каждого рекламного канала в итоговый результат. Анализ метрик: Отслеживание таких показателей, как охват, частота контакта, кликабельность (CTR), стоимость привлечения пользователя (CAC) и возврат инвестиций (ROI).

5.3. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины (дисциплинарного модуля)

Наименование дисциплинарного модуля	Количество часов/зачетных единиц	Формируемые компетенции	Общее количество компетенций
Раздел 1. Характеристики медиапроектов как информационного продукта	**18**	**УК-2** **ПК-11**	**2**
Раздел 2. Основы медиапроектирования. Этапы создания медиапроектов	**18**		
Раздел 3. Основы управление медиапроектами. Технология и принципы брендирования медиапроекта.	**18**		
Раздел 4. Моделирование продвижения и распространения медиапродукта.	**18**		
Итого	**72/2**		

6. Образовательные технологии

Вид занятия (лекционное, практическое, лабораторное)	Тема занятия	Образовательные технологии (в том числе практическая подготовка, интерактивные)	Объем, часов/в том числе в интерактивной форме *	
Лекционное	Характеристики медиапроектов как информационного продукта	Проблемная лекция	4	**18**
Практическое		Подготовка мультимедийного проекта	4	
СРО		Работа с Интернет-ресурсами, подготовка сообщений	10	

Лекционное	Основы медиапроектирования. Этапы создания медиапроектов	Лекция-беседа, дискуссия	4	**18**
Практическое		Подготовка мультимедийного проекта	4	
СРО		Работа с Интернет-ресурсами, подготовка сообщений	10	
Лекционное	. Основы управление медиапроектами. Технология и принципы брендирования медиапроекта	Проблемная лекция	4	**18**
Практическое		Подготовка мультимедийного проекта	4	
СРО		Работа с Интернет-ресурсами, подготовка сообщений	10	
Лекционное	Моделирование продвижения и распространения медиапродукта	Лекция-беседа, дискуссия	4	**18**
Практическое		Подготовка мультимедийного проекта	4	
СРО		Работа с Интернет-ресурсами, подготовка сообщений	10	
Итого			**72**	**72**
Итого			**72**	

Занятия, представленные в интерактивной форме

Лекция-беседа

В названном виде занятий планируется диалог с аудиторией, это наиболее простой способ индивидуального общения, построенный на непосредственном контакте преподавателя и обучающегося, который позволяет:

- привлекать к двухстороннему обмену мнениями по наиболее важным вопросам темы занятия;
- менять темп изложения с учетом особенности аудитории.

Участие (внимание) слушателей в данной лекции обеспечивается путем вопросно-ответной беседы с аудиторией (постановка проблемного задания). Вначале лекции и по ходу ее преподаватель задает слушателям вопросы не для контроля усвоения знаний, а для выяснения уровня осведомленности по рассматриваемой проблеме. Вопросы могут быть элементарными: для того, чтобы сосредоточить внимание, как на отдельных нюансах темы, так и на проблемах. Продумывая ответ, обучающиеся получают возможность самостоятельно прийти к выводам и обобщениям, которые хочет сообщить преподаватель в качестве новых знаний. Необходимо следить, чтобы вопросы не оставались без ответа, иначе лекция будет носить риторический характер.

В данном случае подразумевается изложение учебного материала и использование знаний по смежным предметам (меж предметные связи) или по изученному ранее учебному материалу. Обратная связь устанавливается посредством ответов обучающихся на вопросы преподавателя по ходу лекции. Чтобы определить осведомленность обучающихся по излагаемой проблеме, в начале какого-либо раздела лекции задаются необходимые вопросы. Если обучающиеся правильно отвечают на вводный вопрос, преподаватель может

ограничиться кратким тезисом или выводом и перейти к следующему вопросу. Если же ответы не удовлетворяют уровню желаемых знаний, преподаватель сам излагает подробный ответ, и в конце объяснения снова задает вопрос, определяя степень усвоения учебного материала. Если ответы вновь демонстрируют низкий уровень знаний обучающихся – следует изменить методику подачи учебного материала, в целях повышения усвояемости профессиональных компетенций.

Практические занятия.

Работа в малых группах

Занятие проводится в малых группах, каждая из которых работает с практическим материалом. Работа в малых группах, дающая возможность всем обучающимся участвовать в работе группы, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения, разрешать возникающие разногласия. Обсуждение в малых группах имеет следующие преимущества:

1. участники осуществляют лучший контроль над своим обучением, чем при традиционном восприятии материала;
2. поощряется участие каждого;
3. участники менее зависимы от преподавателя;
4. метод позволяет усилить усвоение и разъяснение нового материала посредством дискуссии.

Использование метода приводит к следующим результатам:

- дает возможность участникам изложить свои идеи в малых группах;
- улучшает навыки решения проблем;
- дает возможность участникам учится у друг у друга;
- повышает у участников чувство ответственности при обучении.

Коллоквиум

Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, позволяющей обучающимся высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться аргументированно отстаивать своё мнение и в то же время демонстрировать глубину и осознанность усвоения изученного материала. Одновременно это и разновидность массового устного опроса, позволяющего преподавателю в сравнительно небольшой временной промежуток выяснить уровень знаний обучающихся целой академической группы по конкретному разделу курса. Коллоквиум обеспечивает единство теоретического и практического аспектов образовательного процесса.

Цель коллоквиума заключается в развитии регуляции учебной деятельности обучающихся, саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний. Главной задачей является закрепление, углубление и расширение знаний обучающихся по самостоятельно изученным вопросам. При подготовке к коллоквиуму преподаватель заранее определяет для обучающихся задачи, круг обсуждаемых вопросов, практических заданий, время проведения.

Мини-конференция

Занятие проводится в форме мини-конференции. Подготовка к мини-конференции заключается в подготовке сообщения по тематике занятия, изложение материала в форме доклада-презентации дает возможность освоения нового материала и рефлексии проблемных моментов. Разработка проекта позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект действий по обсуждаемому вопросу, главное, чтобы каждый имел возможность защитить свой проект, доказать его преимущество перед другими. По окончании выступления происходит обсуждение возникших вопросов, а также способов использования полученной информацию на практике. Дискуссии, вызванные выступлением, помогают усвоить необходимый материал.

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

Занятия проводятся в виде лекционных, практических занятий и самостоятельной работы обучающихся.

В процессе изучения дисциплины используются как традиционные, так и инновационные технологии: объяснительно-иллюстративный метод обучения с элементами проблемного изложения, практические занятия, семинары, самостоятельная работа бакалавров; активные и интерактивные методы: реферативная работа, решение педагогических задач.

Изучив глубоко содержание учебной дисциплины, целесообразно разработать матрицу наиболее предпочтительных методов обучения и форм самостоятельной работы бакалавров, адекватных видам самостоятельных и практических занятий. Необходимо предусмотреть развитие форм самостоятельной работы, выводя бакалавров к завершению изучения учебной дисциплины на ее высший уровень. Пакет заданий для самостоятельной работы следует выдавать в начале семестра, определив предельные сроки их выполнения и сдачи.

Практическое занятие проводится по наиболее сложным вопросам учебной программы. Главная и определяющая особенность любого практического занятия – наличие элементов дискуссии, проблемности, диалога между преподавателями и обучающимися.

В конце практического занятия рекомендуется дать оценку всего занятия. При проведении аттестации важно всегда помнить, что систематичность, объективность, аргументированность – главные принципы, на которых основаны контроль и оценка знаний бакалавров. Проверка, контроль и оценка знаний, требуют учета его индивидуального стиля в осуществлении учебной деятельности. Знание критериев оценки обязательно для преподавателя и обучающегося.

Тематика семинарских занятий в основных пунктах совпадает с тематикой предшествующей лекции, однако предполагает более глубокое и подробное освоение материала. Цель проведения семинарских занятий заключается в закреплении полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы. В ходе работы бакалавры учатся самостоятельно мыслить, аргументировано и корректно отстаивать свою точку зрения.

Форма контроля – зачет, экзамен.

7.1. План практических занятий:

1. Подготовка мультимедийного проекта
2. Работа с сообществом

7.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Темы для самостоятельного изучения

1. Чтение необходимой по курсу литературы.
2. Прослушивание и просмотр видео и аудио материалов и интернет ресурсов по заданным темам.
3. Подготовка ответов на вопросы к семинарским занятиям.
4. Изучение терминологии актерского мастерства.

8. Оценочные материалы (фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине проводится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся Университета и Филиала.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине. В случае наличия учебной задолженности

обучающийся отрабатывает пропущенные занятия в форме, предложенной преподавателем и представленной в настоящей программе.

Оценочные материалы *для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) указан в приложении к рабочей программе дисциплине.*

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

а) основная литература

1. Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный и зарубежный опыт. — М.: Аспект Пресс, 2024..

2. Кастельс М. Власть коммуникации. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020..

3. Маклюэн Г. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. — М.: Академический Проект, 2022.

4. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR - текстов: монография(Санкт-Петербург: Питер).

5. Брукс П. Копирайтинг: как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать: [перевод с английского](Москва: Бератор-Паблишинг) **а) дополнительная литература**

6. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. — М.: УРСС, 2022.

7. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. — М.: Юрайт, 2024

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (ООО «НексМедиа»)

Договор № 30-122/02-24еп от 04.03.2024 г.

Срок действия с 03.04.2024 по 02.04.2025 г.

http://biblioclub.ru

По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования.

Универсальная база данных ООО «ИВИС» (ООО «ИВИС»)

Гражданско-правовой договор автономного учреждения на оказание услуг по подключению и обеспечению доступа к электронным БД ООО «ИВИС» № 30-930/11-23еп от 04.12.2023

Срок действия с 01.01.2024 по 31.12.2024

Гражданско-правовой договор на оказание услуг по подключению и обеспечению доступа к электронным БД ООО «ИВИС» № 30-1291/11-24еп от 26.11.2024

Срок действия с 01.01.2025 по 31.12.2025

http:// ebiblioteka.ru

По IP-адресу. Количество подключений – без ограничений.

База данных «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU» (ООО «РУНЭБ»)

Гражданско-правовой договор автономного учреждения на приобретение простой неисключительной лицензии на использование Электронных изданий в составе базы данных «НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА elibrary.ru» № 30-929/11-23еп от 04.12.2023

Срок действия с 01.01.2024 по 31.12.2024

Гражданско-правовой договор на приобретение простой неисключительной лицензии на использование Электронных изданий в составе базы данных «НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА elibrary.ru» № 30-1247/11-24еп от 22.11.2024

Срок действия с 01.01.2025 по 31.12.2025

http://elibrary.ru
По IP-адресу. Количество подключений – без ограничений.

Электронная библиотечная система «ЮРАЙТ» (ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»)

Договор на оказание услуг по подключению и настройке доступа к образовательной платформе ЮРАЙТ № 30-875/11-23еп от 16.11.2023

Срок действия с 01.12.2023 по 30.11.2024

Договор на оказание услуг по подключению и настройке доступа к образовательной платформе ЮРАЙТ № 30-245/03-24еп от 28.03.2024

Срок действия с 01.12.2024 по 30.11.2025

www.urait.ru

По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования.

Электронная библиотечная система «**ЭБС ZNANIUM.COM» (**ООО «ЗНАНИУМ»)

Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-125/02-24еп от 28.02.2024 г.

Срок действия с 27.03.2024 по 26.03.2025 г.

www.znanium.com

По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования

Электронная библиотечная система «ЛАНЬ»

(ООО «Издательство ЛАНЬ»)

Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-205/03-24еп от 01.03.2024 г.

Срок действия с 23.03.2024 по 22.03.2025г.

https://e.lanbook.com

11. **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

При проведении занятий со студентами используются инструменты:

- система вебинаров «Мираполис»;
- инструменты VKWorkMail;
- инструменты «Сферум»;
- запись лекций, онлайн-трансляции;
- инструменты Office 365;
- инструменты Yandex.

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

Для реализации образовательных программ филиал располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Библиотека филиала содержит около 50 тысяч единиц хранения, электронный каталог изданий и публикаций насчитывает почти 300 описаний электронных ресурсов, периодических изданий и статей. Библиотека оснащена компьютерной и мультимедийной техникой, а существующий в филиале неограниченный доступ к сети Интернет позволяет обучающимся и преподавателям воспользоваться электронными ресурсами.

Филиал имеет 2 учебных корпуса в городе Самара, на которые оформлены договоры безвозмездного пользования. Общая площадь помещений, используемых для организации учебного процесса, составляет 3803 квадратных метра. Занятия проходят в две смены. Все здания имеют все виды благоустройства и оборудованы системой видеонаблюдения. Все здания и помещения имеют заключения о соблюдении на объекте требований пожарной безопасности и санитарно-эпидемиологические заключения на эксплуатацию. Оформлены паспорта безопасности и паспорта доступности.

В составе используемых помещений имеются аудитории для проведения лекционных, практических и семинарских занятий, самостоятельной работы обучающихся, компьютерные классы, аудитории, оборудованные стационарными мультимедиа проекторами, интерактивными досками, лаборатория «Психология развития», лаборатория «Психология личности», лаборатория «Управление процессами в сфере образования», лаборатория цифровых образовательных технологий, криминалистическая лаборатория, учебный кабинет (зал судебных заседаний), лаборатория гуманитарных технологий и медиакоммуникаций, лаборатория лингвокультуры и языков, лаборатория визуализации культурно-исторического пространства, лаборатория «Юридическая клиника».

В филиале при организации и проведении учебного процесса используется 200 компьютеров, из которых 72 доступны для использования обучающимися в свободное от основных занятий время, 7 серверов. Филиал полностью обеспечен оргтехникой: 9 принтеров, 42 многофункциональных устройств, 3 из которых цветные. Все компьютеры имеют доступ к сети Интернет. В корпусах доступ предоставляется к сети Интернет с помощью оптического канала. Скорость передачи данных составляет до 200 Мбит/сек.

Рабочий и учебный процесс в филиале обеспечивается лицензионным программным обеспечением, используются обучающие компьютерные программы по отдельным дисциплинам и темам, профессиональные пакеты программ по специальностям, программы компьютерного тестирования, программы для решения организационных, управленческих и экономических задач филиала.

Использование дистанционных образовательных технологий в филиале обеспечивается специальными средствами для проведения ВКС.

В настоящее время в филиале оборудованы стационарные мультимедийные аудитории, которые оснащены современным оборудованием: средствами отображения информации в количестве 45 штук (телевизоры – 30, проекторы – 15), интерактивными устройствами – 4 штуки. Имеется передвижной комплекс для проведения видеоконференций.

В настоящее время в филиале функционирует медицинский кабинет, который снабжен необходимым оборудованием, медикаментами и мебелью (Лицензия № ЛО-63-01-003850 от 12.08.2016). Заключен Договор на оказание медицинских услуг с ЧУ ОО ВО «Медицинский университет Реавиз».

Для питания обучающихся и сотрудников организована столовая, которая рассчитана на 262 посадочных места, и ее площадь составляет 230,8 кв.м. Столовая работает в течение всего дня в режиме 6-дневной недели, что позволяет обучающимся любой формы обучения и сотрудникам питаться в удобное время.