

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Международный опыт в рекламном бизнесе»**

Направление 38.04.02 Менеджмент
Программа "Маркетинг, реклама и связи с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника – магистр

Год начала подготовки – 2023
Форма обучения – очная

Утверждена в составе ОПОП.

Составители: к.э.н., доцент кафедры менеджмента, маркетинга и туризма Кучиева И.Х.

Владикавказ

2023

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы. (72 час.).

	Очная Форма обучения
Курс	2
Семестр	3
Лекции	-
Практические занятия	18
Лабораторные занятия	-
Консультации	
Итого аудиторных занятий	18
Самостоятельная работа	54
Курсовая работа	-
Зачет	+
Экзамен	-
Общее количество часов	72 час.

2. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Международный опыт в рекламном бизнесе» являются: формирование у студентов знаний о мировом рынке рекламы, где на основе конкуренции осуществляются рекламные мероприятия. Знание особенностей, состояния и тенденций развития глобального рекламного рынка является необходимым условием в подготовке и проведении профессиональных и достаточно адекватная маркетинговая среда рекламной кампании.

Изменения в мировой рекламный рынок доказал свой высокий уровень динамизма. Реклама отражает события, происходящие на рынке, и в какой степени является их индикатором. Так, реклама вынуждена приспосабливаться к новым условиям, менять формы, вносить коррективы в содержание. Неэффективный маркетинг продукции и услуг усугубляются не только усиление конкуренции.. Достижение поставленных целей, объективно связано с решением следующих задач: овладение студентами базовым понятийным аппаратом дисциплины; изучение важнейших дисциплинарных концепций и теорий; формирование знаний о закономерностях формирования общественного мнения, структуре и функциях общественного мнения; изучение технологий, методов и способов управления общественным мнением; знакомство с требованиями к проведению исследований общественного мнения; приобретение навыков практического осуществления управления общественным.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Международный опыт в рекламном бизнесе» относится к дисциплинам Блок 1.Дисциплины (модули) . Часть, формируемая участниками образовательных отношений . Б1.В.ДВ.03.01.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5);

Способен проводить научное исследование в сфере маркетинга, рекламы и связей с общественностью (ПК-4).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

Компетенции		Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
Код	Формулировка	Знать:	Уметь	Владеть:
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	- Основные этапы и закономерности исторического развития и специфику их понимания в различных в авторских подходах;	-Основные этапы и закономерности исторического развития и специфику их понимания в различных в авторских подходах; - отметить практическую ценность знания определенных закономерностей и этапов исторического развития и выявить основания на которых строится историческая концепция или система;	- приемами поиска, систематизации и свободного изложения исторического материала и методами сравнения исторических идей, концепций и эпох; - навыками работы с философскими источниками и критической литературой
ПК-4	Способен проводить научное исследование в сфере маркетинга, рекламы и связей с общественностью	- актуальные проблемы управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями; - способы представления результатов проведенного исследования; - теоретическую значимость	- обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления; - представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи	-способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями; - способностью

		избранной темы научного исследования, методы обоснования ее актуальности; - как разработать программу самостоятельного исследования.	или доклада; - обосновывать теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования; - проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.	представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада; - навыками обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования; - способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.
--	--	---	---	---

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

№ п/п	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа Студентов			Формы контроля	Количество баллов		Литература	Компетенции
		л	пр	Содержание	Часы			min	max		
1	Реклама в системе международного маркетинга 1.1. История возникновения и место рекламы в системе международного маркетинга 1.1.1. История развития рекламы 1.1.2. История рекламы в России	4	4	1.1. История возникновения и место рекламы в системе международного маркетинга 1.1.1. История развития рекламы 1.1.2. История рекламы в России Психологические характеристики общественного мнения: направленность, интенсивность, широта и глубина.	10		Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания, презентации			[1-4]; [5]	УК-5: ПК-4
2	Тема 2. Место рекламы в системе международного маркетинга .	2	2	Понятие и сущность международной рекламы 1.3. Регулирование рекламной деятельности на внешнем рынке 1.3.1. Международное регулирование рекламы 1.3.2. Регулирование рекламы в России	10		Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания, презентации Работа с литературой Урок доклада			[1-4]; [23]	УК-5: ПК-4

3	Тема 3. Современные направления развития международной рекламы 1.5.1. Общие понятия и особенности рекламной деятельности 1.5.2.	2	2	Причины появления международной рекламы Тенденции в развитии отдельных средств распространения международной рекламы	10	Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания, презентации			[1-4]; [7]	УК-5: ПК-4
4	Тема 4. Специфика рекламной деятельности разных стран	4	4	Специфика рекламы в США и Канаде 1.Специфика рекламы в Европе 2.Специфика азиатской рекламы 3.Специфика рекламы других стран	12	Опрос, работа с конспектами			[1-4]; [15]	УК-5: ПК-4

5	Тема 5 Особенности рекламной практики в России	6	6	Особенности психологических манипуляций в массовых информационных процессах. Основные формы массового информационно-психологического воздействия. Информационные кампании и акции. Виды и типы информационных кампаний. Общая модель воздействия в информационной кампании. Психологические войны. Цели и средства психологической войны. Инструментарий психологических операций	12	Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания, презентации			[1-4]; [15]	УК-5: ПК-4
	Итого	18	18		54					

Примечания:

– Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

– В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте и с использованием платформ дистанционного обучения.

6. Образовательные технологии

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий.

Лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

Онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

Видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Видео-лекция – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

Творческое задание составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

Публичная презентация проекта - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

Интерактивная лекция представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией студентов с применением следующих интерактивных форм обучения: 1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

Разработка проекта позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.

Проблемное обучение- поиск ответов на вопросы по теме.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относятся: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Методические рекомендации по дисциплине прилагаются.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу магистрантов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины.

Виды контроля.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний \

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию.

Формами текущего контроля могут быть *опросы на семинарских, практических и лабораторных занятиях, а также короткие (например, до 15 мин.) задания*, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Критерии формирования оценок.

Практические занятия

Практические занятия призваны сформировать у магистранта практические навыки планирования основных параметров деятельности предприятий разной отраслевой принадлежности и организационно-правовых форм.

Целями практических занятий являются: 1) более глубокое знакомство с некоторыми узловыми вопросами соответствующего раздела; 2) обретение навыков научно-исследовательской работы; 3) выработка умения самостоятельно и критически подходить к решению проблемной ситуации; 4) формирование общекультурных и профессиональных компетенций курса.

Критерии формирования оценок.

Максимальное количество баллов за работу на практическом занятии – 5 баллов.

5 балла – студент хорошо разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение самостоятельно решать проблемную ситуацию, приходит к самостоятельным аргументированным выводам и отстаивает свою точку зрения, соблюдает нормы литературной речи, активно участвует в работе группы на занятии.

4 балла – студент разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение находить подходы к решению проблемной ситуации, приходит к самостоятельным аргументированным выводам, не проявляет активность в работе группы на семинаре.

3 балла – студент неполно владеет материалом, при изложении фактического материала допуская отдельные неточности, знает материал и различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, но возникают трудности с их анализом, демонстрирует понимание проблемной ситуации, умеет излагать собственную позицию, но не все выводы носят доказательный характер

Вопросы для подготовки к зачету

1. Структура общественного мнения.
2. Понятие общественного мнения и его основные разновидности.
3. Основные функции общественного мнения.
4. Предмет теории общественного мнения.
5. Проблемы и методы изучения общественного мнения.
6. Использование общественного мнения.
7. Формирование общественного мнения, этапы и перспективы.
8. Индикаторы манипуляции.
9. Критерии манипуляции.
10. Логические уловки. Использование особенностей мышления человека. Манипулирование рациональными, убеждающими аргументами.
11. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах.
12. Использование механизмов социального контроля.
13. Использование психологических автоматизмов. (Манипулятивные психотехнологии).
14. Использование скрытого влияния на людей в различных сферах социального взаимодействия: день сегодняшний.
15. Базовая информация для инвесторов
16. Технологии духовного насилия (внушение, гипноз, нейролингвистическое программирование).
17. Технологии информационного насилия (угрозы, шантаж, информационные войны).

18. Убеждающие технологии.
 19. Укрепление защитного арсенала.
 20. Этическая сторона манипуляций.
- Общественное мнение как специфический социальный институт.
12. Общественное мнение в контексте культуры.
 13. Власть и общественное мнение.
 14. Свобода слова и общественное мнение.
 15. Средства массовой информации и их влияние на общественное мнение.
 16. События и изменение общественного мнения.
 17. Общественное мнение и интересы разных социальных субъектов.
 18. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения.
 19. Виды социологического управления общественным мнением.
 20. Этапы формирования общественного мнения.
 21. Методы формирования общественного мнения.
 22. Формирование общественного мнения по целям и методам их достижения.
 23. Культурная политика как формирование полезных традиций.
 24. Элиты – автономные проводники политики.
 25. Общественное мнение и механизмы моды.
 26. Интересы власти и общественное мнение. Т
 27. Интересы различных социальных субъектов и общественное мнение.
 28. Роль корпоративных отношений в структуре общественного мнения
 29. Технология сегментирования и позиционирования общественного мнения.
 30. Оценка истинности общественного мнения.
 31. Этапы формирования общественного мнения.
 32. Благотворительность как инструмент формирования общественного мнения.
 33. Защита информации при становлении общественного мнения.
 34. Дезориентация и дезинформация. Слухи.
 35. Устное выступление как средство формирования общественного мнения.
 36. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп.
 37. Методика подготовки эффективных пресс-событий.
 38. Технология построения и технология управления новостями.
 39. Технологии использования общественного мнения.
 40. Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения.
 41. Виды социологического управления общественным мнением.
 42. Культурная политика как формирование полезных традиций.
 43. Механизмы моды и общественное мнение.
 44. Урегулирование интересов власти и общественного мнения.
 45. Дезориентация и дезинформация в формировании общественного мнения.
 46. Слухи в формировании общественного мнения.
 47. Психология толпы и технологии управления ею
- Методы психофизиологического управления аудиторией.
50. Методика подготовки эффективных пресс-событий.
 51. Технология построения и технология управления новостями.
- Основные формы массового информационно-психологического воздействия.
52. Общая модель воздействия в информационной кампании. Психологические войны. Цели и средства психологической войны. Основания психологической войны. Логика психологической войны.

53. «Повестка дня». Медийная повестка. Технологии формирования повестки дня: выборочный подбор информации, метод объективного подхода, информационный шум, использование слухов, утечки секретной информации и др.

54. Технологии дезинформации и обмана. Искажение информации. Утаивание информации. Использование ложной информации. Методы «зонтик», «воронка», «колесо», «замена», «заслонка» и т

Экзамен – это форма итогового контроля, цель которого заключается в конечной проверке и оценке полученных магистрантами знаний по изучаемой дисциплине в течение одного семестр.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 56 баллов)	«Минимальный уровень» (56-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
<p><u>Компетенции не сформированы.</u></p> <p>Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.</p>	<p><u>Компетенции сформированы.</u></p> <p>Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p>	<p><u>Компетенции сформированы.</u></p> <p>Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p>	<p><u>Компетенции сформированы.</u></p> <p>Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>
Описание критериев оценивания			
<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений,

<p>- непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий;</p> <p>- отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины;</p> <p>- отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.</p>	<p>неточные ответы на дополнительные вопросы;</p> <p>- недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины;</p> <p>- умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.</p>	<p>объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития;</p> <p>- правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы;</p> <p>- умение решать практические задания, которые следует выполнить;</p> <p>- владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины;</p> <p>- наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.</p>	<p>точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий;</p> <p>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории;</p> <p>- логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора;</p> <p>- умение решать практические задания;</p> <p>- свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.</p>
<p>Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено</p>	<p>Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»</p>	<p>Оценка «хорошо» / «зачтено»</p>	<p>Оценка «отлично» / «зачтено»</p>

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

а) основная литература:

1. Карпова, С. В. Международная реклама : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 473 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3535-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448136>

2. 2. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебник для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454893>

б) дополнительная литература

3. Герасимов, В. М. Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс]: учебное пособие / Герасимов В. М. - Саратов: Вузовское образование, 2022. - 218 с. - Б. ц. ЭБС ИНФРА-М
4. Забурдаева, Е. В. Политическая кампания. Стратегии и технологии [Электронный ресурс]: учебник / Е. В. Забурдаева. - М.: Аспект Пресс, 2022. - 344 с. - 978-5-7567-0647-5. ЭБС АЙБУКС
5. Козырев Г.И. Социология общественного мнения: образ врага в истории, теории и общественном сознании [Текст]: учебное пособие / Г. И. Козырев. - 1. - Москва: Издательский Дом "ФОРУМ"; Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 254 с. - ISBN 978-5-8199-0663-7: Б. ц. ЭБС ИНФРА-М
6. [ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ](#) 2015, Ключев Ю. В., Директ-Медиа
7. [ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА : ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА: УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ](#) 2022, Кузнецов П. А., Юнити
8. Лужнова Н. В. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие- Издательство: ОГУ , 2016
9. Лужнова Н. В., Калиева О. М. Стратегическое маркетинговое управление: учебник_ Издательство: ОГУ , 2022
10. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации [Текст]: учебное пособие / Б. Р. Мандель. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. - 203, [5] с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 195-201 (123 назв.). - ISBN 978-5-9558-0094-3 (Вузовский учебник) (в пер.). - ISBN 978-5-16-009069-6 (ИНФРА-М): 439.89 р. ЭБС ИНФРА-М
11. [ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ](#) 2022, Набокова Л. С., Ноздренко Е. А., Набоков И. А., Сибирский федеральный университет (СФУ)

в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:

- eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.
- База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>
- Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.
- Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Занятия по дисциплине проводятся в аудиториях, обеспеченных компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет, интерактивными досками и мультимедийным оборудованием.

Лицензионное программное обеспечение:

1. Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
2. Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
3. Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат ВУЗ»;

Перечень ПО в свободном доступе:

1. Kaspersky Free;
2. WinRar;
3. Google Chrome;
4. Yandex Browser;
5. OperaBrowser.