Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры Рекламы и связей с общественностью

Протокол от «___» _____201_ г.

№_____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.6.2 Реклама в новых и конвергентных медиа

по направлению подготовки
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора – 2017

Москва, 2017 г.

Автор-составитель:
К.с.н., доцент И.М. Маркин

Заведующий Кафедрой рекламы и связей с общественностью,
д.филол.н., профессор В.А. Евстафьев

Содержание

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

2. Объем дисциплины 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 и место дисциплины в структуре образовательной программы

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

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.6.2 «Реклама в новых и конвергентных медиа» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-1	Способность использовать современные информационные технологии в профессиональной деятельности	ДПК 1.2	Способность к использованию информационных технологий для решения задач в области GR, BTL, рекламы и социальной рекламы.

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.В.ДВ.6.2 «Реклама в новых и конвергентных медиа» у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) / профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС-11.005 А Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ А/01.6 - определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ; А/02.6 - подготовка создания сценарного материала нового продукта; А/03.6 - планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ; А/05.6 - организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами; А/06.6 - организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ;	ДПК 1.2	**– сформированы знания:** об интерактивных технологиях; конвергентной службе рекламы; рынках медиа структур; **– сформированы умения:** проводить весь цикл размещения рекламы в конвергентных медиа; **– сформированы навыки:** Разработки эффективной рекламной компании и оценки доли бюджета на размещение рекламы в информационных пространствах интернета и мобильных приложениях.

А/07.6 - организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания ПС-11.009 А Создание художественного и визуального формата проекта СМИ в процессе монтажа А/01.6 - обработка материала для получения готового медиапродукта; А/02.6 - обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта В Организационная деятельность по созданию и выпуску визуальных медиапродуктов СМИ В/03.6 - обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта		

2. Объем дисциплины 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 и место дисциплины в структуре образовательной программы

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.6.2 «Реклама в новых и конвергентных медиа» осваивается в 7 семестре по очной форме, общая трудоемкость – 2 зачетные единицы.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области теории и практики рекламы, планирования и организации PR-кампаний, а также на приобретенные ранее умения и навыки по проведению мероприятий по повышению имиджа фирмы.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин: Б1.В.ОД.2 «Теория и практика рекламы», Б1.Б.7 «Психология», Б1.Б.8 «Социология» и является основой для прохождения преддипломной практики.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	**Всего**
Очная форма обучения	
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	***28***
лекционного типа (Л)	***14***
лабораторные работы	

(практикумы) (ЛР)		
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***14***
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***44***
Промежуточная аттестация	**форма**	***Зачет***
	час.	
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***72/2***

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

Структура дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий		СР	
			Л	П		
1	Технологический постмодерн и понятие конвергенции	24	4	4	16	Асз, ДИ
2	Принципы функционирования рынка новых и конвергентных медиа	24	4	4	14	Асз, ДИ
3	Реклама в конвергентных медиа	24	6	6	14	Асз, ДИ
Промежуточная аттестация		**зачет**				
Всего		**72**	**14**	**14**	**44**	

**Формы текущего контроля: аналитико-синтетическое задание (Асз); деловые игры (ДИ)*

Содержание дисциплины

№ раздела	Название раздела	Тема
1	Технологический постмодерн и понятие конвергенции	1. Эффекты посмодернистского мира 2. Симулякры и симуляции 3. Виртуальная экономика 4. Конец географии 5. Цифровая революция

№ раздела	Название раздела	Тема
2	Принципы функционирования рынка новых и конвергентных медиа	1. Конвергентные технологии. 2. Мультимедийный контент. Рынок медиа структур. 3. Кросс-медийные проекты. Интерактивные технологии. Интернет-порталы. Социальные сети. Блоги. Мобильные приложения. 4. Примеры крупнейших информационных площадок (Yahoo, BBC, Риа Новости, Financial times, Yandex, Комсомольская правда)
3	Реклама в конвергентных медиа	1. Принципы работы с аудиторией в интернете. 2. Маркетинг информационных проектов. 3. Анализ статистики посещаемости. 4. Организация продаж рекламы в конвергентных СМИ. Оценка эффективности размещения рекламы.

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

– при проведении занятий семинарского типа:

деловые игры, аналитико-синтетические задания

– при проведении самостоятельной работы:

вопросы для самостоятельного изучения, вопросы для самопроверки

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в виде беседы по вопросам.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Примеры аналитико-синтетических заданий:

№ раздела	Тема

№ раздела	Тема
1	Анализ процессов, происходящих в современном мире высоких технологий, замена реальности на виртуальность, экономика даров, экономика мифов, разрыв в потреблении
2	Анализ существующих кросс-медийных проектов. Примеры интерактивных мобильных приложений. Релевантность. Анализ понятия “репост”, “друзья”, “подписчики” в социальных сетях. Оценка целевой аудитории, объемов групп и сообществ. Анализ популярности мобильных приложений.
3	Анализ статистики посещаемости для конкретных медиа площадок. Расчет стоимости размещения рекламы на сайтах поисковых систем, социальных сетей, интернет-порталах и блогах. Оценка привлекательности медиа площадки в зависимости от требований заказчика рекламной компании.

Примеры деловых игр:

№ раздела	Наименование раздела	Содержание игры
2	Принципы функционирования рынка новых и конвергентных медиа	“Конвергентные медиа”. Студенты делятся на три команды. Первая команда – пользователи, вторая и третья команды успешные кросс-медийные проекты (номер 1 и номер 2). Подготовка к игре: отлаженное взаимодействие внутри команды. Игра проходит на время. Цель игры: Сделать так, чтобы максимум пользователей провели максимум времени на информационном пространстве, за которое отвечает одна из команд.
6	Реклама в конвергентных медиа	“Реклама ВК”. Студенты делятся на команды, каждая команда создает рекламу в социальной сети (по средством создания группы, сообщества, или на своей странице (преподаватель предлагает жеребьевкой определить, кто какой продукт или услугу рекламирует). Выигрывает та команда, которая получит за ограниченное время (например 1 час), максимальное количество “лайков”.

Самостоятельное изучение разделов дисциплины

№ раздела	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
1	История интернета, история философии постмодерна, теория симулякров, история электронной коммерции

2	Средства массовой информации. Конвергентная журналистика. Принципы блогосферы. Целевая аудитория социальных сетй (Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Twitter). Тематические социальные сети (LinkedIn, Instagram, Возрождение, Мой круг, Academia.edu). Мобильные приложения для различных операционных систем (iOS, Android, Windows Phone и др.). Таргетированная
3	Таргетированная реклама. Баннеры. Монетизация мобильных приложений. Рекламные сети AdMob, Millenial Media, Adfonic. Консоль статистики. Скорость заполнения.

№ раздела	Вопросы для самопроверки
1	**1.** Что такое контент? **2.** Приведите примеры успешных кросс-медийных проектов **3.** Чем отличается социальная сеть от интернет-портала? **4.** Как разместить рекламу в мобильном приложении? **5.** Объясните понятие скорости заполнения
2	**6.** Приведите примеры популярных конвергентных СМИ? **7.** Приведите примеры применения интерактивных технологий в цифровом телевидении **8.** Что такое баннер? **9.** Назовите основные принципы работы с аудиторией в интернете **10.** Что такое релевантность?
3	**11.** Что такое блогосфера? **12.** Как оценить эффективность рекламы в интернете? **13.** В чем состоит анализ статистики посещаемости? Какие выводы можно сделать из этих данных? **14.** Объясните термин “монетизация мобильных приложений”

4.3.Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1.Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-1	Способность использовать современные информационные технологии в профессиональной деятельности	ДПК 1.2.	Способность к использованию информационных технологий для решения задач в области GR, BTL, рекламы и социальной рекламы.

4.3.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Этап освоения компетенции	Критерий оценивания	Показатель оценивания
ДПК-1.2	Изучает: -основные теоретические и методологические положения концепций и стратегий управления GR и реализации политических технологий для поддержки предпринимательской структуры, общественных организаций и государства; - принятые нормы организации и управления GR и реализации политических технологий предпринимательскими структурами, обществом и государством; интерактивные технологии; конвергентные службе рекламы; рынки медиа структур; основные теоретические и методологические положения процесса организации социальной рекламы; Знает принятые нормы и правила использования BTL-технологий предприятиями и организациями различных отраслевых экономических систем;	Умеет: воздействовать современными средствами и инструментами GR и политических технологий на рациональность взаимодействий с целевыми аудиториями и эффективность деятельности предпринимательских структур, общественных организаций и государства; Владеет: навыками подготовки организационно-экономического обоснования реализуемых GR – кампаний и реализации политических технологий в соответствии с пониманием перспектив развития предпринимательской структуры, общественной организации, государства, и условий и возможностей организации эффективной коммуникативной деятельности, предоставляемых быстроменяющейся рыночной средой и научно-техническим прогрессом в области совершенствования средств коммуникации; -навыками по моделированию и осуществлению коммуникативных процессов в политической, экономической, культурной сферах. Умеет проводить весь цикл размещения рекламы в конвергентных медиа; Разрабатывает эффективную рекламную кампанию и оценивает доли бюджета на размещение рекламы в информационных пространствах интернета и мобильных приложениях. Умеет формулировать цель реализации BTL-мероприятий в

		соответствии с целями предприятия и организации; Владеет системным представлением об организационной и экономической составляющей процесса организации BTL-мероприятий при разработке и развитии брендов. Умеет применять различные методы и приемы создания социальной рекламы, в том числе и с использованием информационных технологий; Владеет навыком использования современные технологии, методические приемы и процедуры разработки и проведения исследований социальной рекламы

4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Эволюция конвергенции, формы конвергенции.
2. Цифровые медиа: инструменты отбора информации и измерения доверия со стороны читателей.
3. Суть конвергентной рекламы. Стратегии коммуникации с аудиторией.
4. Принципы изучения аудитории. Нишевые аудитории
5. Стратегии эффективной конвергенции.
6. Стратегии конвергенции для мультимедийных общенациональных компаний.
7. Стратегии конвергенции для региональных медиакомпаний.
8. Конвергенция для «нищевых» каналов.
9. Стратегии развития онлайновых СМИ.
10. Основные тенденции медиапотребления.
11. Адаптация версии традиционного СМИ для цифровых платформ.
12. Эволюция отношения между медиакомпаниями и потребителями производимого ими контента, стратегия фокусирования на аудиторию.
13. Максимизация цепочки ценности стоимости контента.
14. Новые информационные поводы, источники информации и новые герои.
15. Социальные сети и UGC.
16. Принципы создания конвергентной рекламы.
17. SMM и SMO как форма конвергенции.
18. Стратегии PR конвергенции.
19. SERP и SERM как формат конвергентной рекламы.
20. Будущее конвергентных медиа и конвергентной рекламы?

Шкала оценивания

Баллы (рейтинговой оценки)	**Оценка**	**Требования к знаниям**
100-50	*Зачтено*	– Оценка «зачтено» выставляется, если студентом продемонстрированы: знания: об интерактивных технологиях; конвергентной службе рекламы; рынках медиа структур; умения: проводить весь цикл размещения рекламы в конвергентных медиа; навыки: разработки эффективной рекламной компании и оценки доли бюджета на размещение рекламы в информационных пространствах интернета и мобильных приложениях.
49-0	*Не зачтено*	– Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. – Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работ: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с интерактивными технологиями; конвергентной службой рекламы; рынках медиа структур.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям, изучают учебную литературу, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Оценивание ***работы студента на семинарских занятиях*** осуществляется по следующим критериям:

– Отлично - активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные

ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.

– Хорошо - недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.

– Удовлетворительно - ответы отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.

– Неудовлетворительно - пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше для получения более высоких оценок.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, т.к. она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком

удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для зачета.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), 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 может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), 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 опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с

преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса Аспект Пресс 2014 http://www.iprbookshop.ru/8837
2. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламыДашков и К, Ай Пи Эр Медиа 2012 http://www.iprbookshop.ru/5983

6.2. Дополнительная литература.

1. Романов А.А. Рекламные PR-технологии Масс-медиа Евразийский открытый институт 2010 http://www.iprbookshop.ru/10814
2. Моделирование прессы на пороге эпохи конвергенции: к проблеме модели описания конвергентной политики издания - Периодическое издание Вестник Томского государственного университета. Филология. 2013, 6(26)

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд Аспект Пресс 2012 http://www.iprbookshop.ru/8976

6.4. Нормативные правовые документы.

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы.

www.articlekz.ru Техника информационного воздействия в конвергентных масс-медиа /портал Научные статьи Казахстана
http://www.yahoo.com/ - интернет-портал
http://vk.com/feed - социальная сеть Вконтакте
https://www.linkedin.com/ - социальная научная сеть
http://www.academia.edu/hiring/product - социальная научная сеть
http://www.bbc.com/ - новостной интернет-портал
www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
www.google.ru / - Поисковая система
www.yandex.ru / - Поисковая система

6.6 Иные источники.

Не используются.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения

занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

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

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary -

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»