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.9.2 Лаборатория рекламы: социальная реклама

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:

Д.э.н., профессор Д.В. Федюнин

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.9.2 «Лаборатория рекламы: социальная реклама» 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.9.2 «Лаборатория рекламы: социальная реклама» 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	**на уровне знаний:** основные теоретические и методологические положения процесса организации социальной рекламы; **на уровне умений:** применять различные методы и приемы создания социальной рекламы, в том числе и с использованием информационных технологий; **на уровне навыков:** использовать современные технологии, методические приемы и процедуры разработки и проведения исследований социальной рекламы.

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.9.2 «Лаборатория рекламы: социальная реклама» осваивается в 7 семестре по очной форме, общая трудоемкость – 3 зачетные единицы.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области массовой информации и психологии массовых коммуникаций, а также на приобретенные ранее умения и навыки по применению навыков построения визуальных и цифровых коммуникаций.

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

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Объем дисциплины

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

лабораторные работы (практикумы) (ЛР)		***14***
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***14***
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***80***
Промежуточная аттестация	**форма**	***Зачет с оценкой***
	час.	
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***108/3***

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

№ п/п	**Наименование тем (разделов)**	**Объем дисциплины (модуля), час.**						**Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	**Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий**				**СР**	
			Л	**ЛР**	**ПЗ**	**КСР**		
Очная форма обучения								
Тема 1	История социальной рекламы	34		4	4		26	Опрос
Тема 2	Современное состояние социальной рекламы	34		4	4		26	
Тема 3	Различные аспекты функционирования социальной рекламы	40		6	6		28	Диспут
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		**108**		**14**	**14**		**80**	

Содержание дисциплины

№ п/п	**Наименование тем (разделов)**	**Содержание тем (разделов)**
Тема 1	История социальной рекламы	История социальной рекламы в СССР и России, история социальной рекламы в США, история социальной рекламы в Европе, история социальной рекламы в СНГ, пропаганда, агитация
Тема 2	Современное состояние социальной рекламы	НКО, бизнес, власть, фестивали социальной рекламы, телевидение, радио, пресса, наружка

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 3	Различные аспекты функционирования социальной рекламы	Законодательство о социальной рекламе, креативная составляющая социальной рекламы, шоковая реклама

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 лабораторного типа:
диспуты

– при проведении занятий семинарского типа:
опросы

– при проведении самостоятельной работы:
вопросы для самоподготовки

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой – беседа с преподавателем по вопросам.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Вопросы для подготовки к диспуту
(привести конкретные примеры и сделать презентацию)

1. Изготовление и размещение социальной рекламы.
2. Создание текста в социальной рекламе.
3. Производство и тиражирование социальной рекламы.
4. Законодательство в области социальной рекламы.
5. Социальные институты, продуцирующие различные виды социальной рекламы.
6. Лабораторная рекламы: социальная реклама и средства массовой информации.

Вопросы для к опросу

1. Реклама и ценностные ориентации общества.
2. Роль социальной рекламы в коммуникациях современного общества.
3. Лабораторная рекламы: социальная реклама и ее роль в механизмах саморегуляции общества.
4. Влияние социальной рекламы на жизнь личности, социальных групп и общества.
5. Лабораторная рекламы: социальная реклама как диагностика общественного мнения.
6. Лабораторная рекламы: социальная реклама и массовая культура.
7. Проблемы этики в социальной рекламе.
8. Социальные проблемы на рынке рекламы.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

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 с оценкой

1. Что означает понятие социальная реклама»?

2. Что означает понятие «государственная реклама» и ее связь с социальной рекламой?
3. Что означает понятие пропаганда?
4. Что означает понятие агитация?
5. История социальной рекламы в Европе?
6. История социальной рекламы в США?
7. История социальной рекламы в России до 1918 года?
8. История социальной рекламы в СССР с 1918 по 1945?
9. История социальной рекламы в СССР с 1945 по 1989?
10. История социальной рекламы в СНГ?
11. История социальной рекламы в России с 1990 по настоящее время?
12. Сходства и отличия международной социальной рекламы от российской?
13. Понятие третьего сектора в экономике?
14. Функции и дисфункции социальной рекламы?
15. Социальная работа и ее связь с социальной рекламой?
16. Законодательное оформление социальной рекламы?
17. Лабораторная рекламы: социальная реклама на телевидении?
18. Лабораторная рекламы: социальная реклама на радио?
19. Лабораторная рекламы: социальная реклама в прессе?
20. Лабораторная рекламы: социальная реклама в наружной рекламе?
21. Фестивальное движение и социальная реклама?
22. Российские фестивали социальной рекламы?
23. Международные фестивали социальной рекламы?
24. Креативные приемы при создании социальной рекламы.
25. Эффективность социальной рекламы?

Шкала оценивания

Баллы (рейтинговой оценки)	**Оценка**	**Требования к знаниям**
100-85	*Зачтено с оценкой 5, «отлично»*	– Зачтено с оценкой «отлично» выставляется студенту, если он продемонстрировал: знания: основных теоретических и методологических положений процесса организации социальной рекламы; умения: применять различные методы и приемы создания социальной рекламы, в том числе и с использованием информационных технологий; навыки: использовать современные технологии, методические приемы и процедуры разработки и проведения исследований социальной рекламы.
84-70	*Зачтено с оценкой 4, «хорошо»*	– Зачтено с оценкой «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и

		по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. – Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
69-50	*Зачтено с оценкой 3,* *«удовлетворительно»*	– Зачтено с оценкой «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ. – Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.
менее 50 баллов	*«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 результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4. Методические материалы

Критерии оценки ответов на вопросы диспута и опроса:

Учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Ответы оцениваются: 0 – 3 баллов.

3 балла – студент очень активен (постоянно включен в обсуждение) – оценка «отлично»

2 балла – активен (от 3-х выступлений) – оценка «хорошо»

1 балл – 2 выступления – оценка «удовлетворительно»
0 баллов – оценка «неудовлетворительно»
Максимальный балл – 3.

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 с оценкой. К зачету с оценкой 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 с оценкой.

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 с оценкой.

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. Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации Дашков и К 2014 http://www.iprbookshop.ru/35284
2. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций Дашков и К 2015 http://www.iprbookshop.ru/14071
3. Синяева И.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации ЮНИТИ-ДАНА 2012 http://www.iprbookshop.ru/10522

6.2. Дополнительная литература.

1. Голова А.Г. Управление продажами Дашков и К 2015 http://www.iprbookshop.ru/4459
2. Шматов Г.А. Основы медиапланирования: Эвристический подход / Г.А. Шматов // Екатеринбург.: Урал. - 2007. – 332 с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Бузин В.Н. Основы медиапланирования: Курс лекций / В.Н.Бузин. – М,: МИР, 2002. – 208 с.

6.4. Нормативные правовые документы.

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы.

1. «Лаборатория рекламы». Журнал РИП-холдинг. http://www.advertology.ru/
2. «Индустрия рекламы». www.ir-magazine.ru
3. «Маркетинг в России и за рубежом» www.dis.ru
4. «Маркетинг и маркетинговые исследования в России». http://www.grebennikov.ru/
5. «Реклама и жизнь». www.advertisingandlife.ru
6. «Рекламный журнал». www.advertisingmagazine.ru
7. «Рекламный мир». Ежемесячная газета. www.rm.ru
8. BTL-magazine. http://www.btl-mag.ru/
9. Журнал «Советник». http://www.sovetnik.ru/
10. Исследования в PR- отрасли - http://www.raso.ru/?action=show&id=5568
11. Открытый всероссийский конкурс студенческих работ в области связей с общественностью «Хрустальный апельсин» - http://crystalorange.raso.ru/
12. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) - http://www.raso.ru/
13. Федеральные акты РФ. Законодательные акты РФ, кодексы, хартии. - http://www.sovetnik.ru/documents/

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 - Электронныйсловарь.

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»