

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОГЛАСОВАНО**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра социологии (С\_ИППС)**

\_\_\_\_\_

наименование кафедры

\_\_\_\_\_

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_

институт, реализующий ОП ВО

**УТВЕРЖДАЮ**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра социологии (С\_ИППС)**

\_\_\_\_\_

наименование кафедры

**Труфанов Д.О.**

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ**

Дисциплина Б1.О.16 Психология массовых коммуникаций

Направление подготовки /  
специальность

Направленность  
(профиль)

Форма обучения

Год набора

очная

2021

Красноярск 2021

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

390000 «СОЦИОЛОГИЯ И СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА»

---

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

39.03.01.30 СОЦИОЛОГИЯ

---

Программу  
составили

Доцент, Новиков А.С.

---

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Формирование готовности обучающегося к использованию современных организационно-управленческих, проектных, коммуникационных, рекламно-информационных, рыночно-исследовательских, прогнозно-аналитических технологий в межличностной, социальной, культурной, образовательной и научной сферах. Ознакомление студентов с основными психологическими и информационными понятиями, теориями, подходами и проблемами в отечественной и зарубежной науке.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

Сформировать представления о целях и задачах деятельности в сфере связи с общественностью

Научно-методически обеспечить становление личности коммуникатора - профессионала на уровне квалификации бакалавр, используя ресурсы предметных областей социологии, лингвистики, психологии, менеджмента и маркетинга.

В первом модуле: сформировать представления о психологической составляющей анализа и управления коммуникациями в будущей профессиональной деятельности.

Во-втором модуле: структурирование психологических моделей, описывающих возможности воздействия на поведение

В-третьем модуле: создать представления о культуре профессиональной деятельности, полипредметном подходе, способности психологического видения, различение индивидуальной и массовой коммуникации.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

<b>ОПК-2: способен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов</b>	
<b>ОПК-2.1: Знает: методы и техники проведения социологических исследований.</b>	
Уровень 1	основные теоретические подходы к анализу массовых коммуникаций
Уровень 1	анализировать процесс и результат массовых коммуникаций с точки зрения психологических механизмов и эффектов ее восприятия и воздействия на потребителя
Уровень 1	методами исследования и психологической экспертизы продукции
<b>ОПК-2.2: Умеет: использовать многообразие современных техник проведения</b>	

<b>социологического исследования и анализа его результатов.</b>	
Уровень 1	механизмы, методы и эффекты воздействия массовых коммуникаций
Уровень 1	работать с научной и методической литературой, соотносить теоретическую значимость и практическую потребность изучаемого материала
Уровень 1	навигацией в научных предметах, сравнивать теоретические и практические подходы, как в рамках одного, так и между разными предметами
<b>ОПК-2.3: Владеет: навыками культурной толерантности и креативности при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, (или) коммуникационных продуктов.</b>	
Уровень 1	происхождение коммуникативной деятельности, типологию коммуникаций, психологические подходы к поведению индивида, личности, малых и больших групп, масс
Уровень 1	работать с направлениями и методами воздействия массовых коммуникаций на личность и общество;
Уровень 1	владеть методами исследования массовых коммуникаций

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Введение в логику

Социология управления

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		5
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>3 (108)</b>	<b>3 (108)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,89 (68)</b>	<b>1,89 (68)</b>
занятия лекционного типа	0,94 (34)	0,94 (34)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,94 (34)	0,94 (34)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,11 (40)</b>	<b>1,11 (40)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт)</b>		

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Структурно-функциональный подход к изучению психологии массовых коммуникаций	8	11	0	16	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3
2	Психологические модели поведения	16	12	0	12	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3
3	Модели массового поведения	10	11	0	12	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3
Всего		34	34	0	40	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

1	1	Место и роль «Психологии массовых коммуникаций» в системе знаний о «Связях с общественностью». Информационный и психологический подход. Базовые понятия – коммуникация и поведение.	1	0	0
2	1	Компилятивный характер курса «Психология массовых коммуникаций». «Общая и социальная психология», «Теория коммуникаций». Психоллингвистика», «Социология»	1	0	0
3	1	Происхождение коммуникативной деятельности. Два подхода к коммуникации – механистический и деятельностный. Коммуникация у животных. Гипотезы о происхождении языка. Моделирование коммуникации в разных науках. Модель К.Шеннона и У.Уивера. Функциональная модель Р.О.Якобсона. Нелинейные модели коммуникации.	2	0	0

4	1	<p>Типологии коммуникации. Единицы анализа коммуникации. Формы коммуникации. Виды коммуникации (невербальная, межличностная, нисходящая, восходящая, интерактивная). Коммуникативная среда и сферы коммуникации. Функции коммуникации. Цели коммуникации и человеческие потребности. Функции коммуникации и коммуникативного акта. Речевое воздействие и речевое взаимодействие. Семиотика коммуникации. Знак и система знаков. Семантика и прагматика</p>	2	0	0
5	1	<p>Межличностная коммуникация. Особенности невербальной коммуникации. Структура речевой коммуникации. Успешность коммуникации и коммуникативные навыки. Коммуникативная стратегия и тактика. Модели коммуникативной личности.</p>	1	0	0



6	1	Групповая и массовая коммуникация. Группа: роли, лидерство, коммуникация. Организация: структура, отношения, коммуникативные потоки. Специфика массовой коммуникации и ее функции.	1	0	0
7	2	Поведенческие науки. Биология, физиология, психология. ВНД и Павлов. Стимул и сигнал.	2	0	0
8	2	Бихевиоризм – психоанализ – гуманистическая психология. Стимул – реакция. Структура личности по Фрейду. Личное и коллективное бессознательное, архетипы, персона - в подходе Юнга. Общность и стремление к власти – Адлера. Экзистенциальная психология – Хайдеггер, Бинсвангер. Роджерс и гуманистический подход.	2	0	0
9	2	Психология эмоций. Происхождение и функции эмоций. Характеристика эмоций. Связь эмоций с когнитивными процессами.	2	0	0
10	2	Социальная психология и поведение. Социальное влияние. Установочная система. Изменение социального поведения в результате социального научения	2	0	0

11	2	Лидерство. Истоки и классические исследования лидерства. Общепринятые теории лидерства. Новые теоретические подходы к лидерству. Стили лидерства. Роли и действия лидеров. Навыки лидерства.	2	0	0
12	2	Психолингвистика о коммуникативном процессе	2	0	0
13	2	Психология публичной коммуникации.	2	0	0
14	2	Практика публичной коммуникации	2	0	0
15	3	Малые и большие группы. Понятие стадо, толпа, масса, организация. Индивид и масса.	2	0	0
16	3	Потребитель, как единица исследования. Потребности мотивация и самовосприятие. Влияние ситуации и референтных групп.	2	0	0
17	3	Теория и строение организаций. Организационное культура. Однородные культуры. Сильные и слабые культуры. Типы культуры. Изменение организационной культуры	2	0	0
18	3	Практика и теория массовой коммуникации. Общие основы исследования СМИ. Рейтинг. Оценка продолжительности воздействия. Оценка последствий.	2	0	0

19	3	Теории массовой коммуникации. Теория социального научения. Теория культивирования. Теория социализации. Теория и удовлетворения. Навязывание повестки дня.	2	0	0
Всего			24	0	0

### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Сущность и место массовых коммуникаций в жизни	2	0	0
2	1	Базовые модели коммуникации и условия их применения	2	0	0
3	1	Типы и особенности сетей массовой коммуникации	2	0	0
4	1	Сущность и место массовых коммуникаций в жизни общества	1	0	0
5	1	Классификация массовых коммуникаций	2	0	0
6	1	Критерии эффективности массовой коммуникации	2	0	0
7	2	Особенности социально-психологических механизмов различных моделей коммуникации	6	0	0
8	2	Понятие установки, интереса, стереотипа и психология их формирования в средствах массовой коммуникации	4	0	0
9	2	Понятие, виды и особенности внимания, восприятия, понимания и их роль в процессе массовой коммуникации	2	0	0

10	3	Понятие, виды и особенности мышления, памяти, эмоций и чувств в процессах массовой коммуникации	4	0	0
11	3	Понятие установки, интереса, стереотипа и психология их формирования в средствах массовой коммуникации	4	0	0
12	3	Понятие, виды и особенности внимания, восприятия, понимания и их роль в процессе массовой коммуникации	2	0	0
13	3	Убеждение, заражение, подражание	1	0	0
Итого			24	0	0

### 3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Итого					

## 4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Ефимова Н.С.	Социальная психология: учебное пособие	Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2018
Л1.2	Новопашина Л. А.	Социальная психология: учебно-методическое пособие	Красноярск: СФУ, 2018

## 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## 6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Соснин В. А., Красникова Е. А.	Социальная психология: Учебник	Москва: Издательство "ФОРУМ", 2018
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Солсо Р. Л., Зинченко В. П., Назаров А. И.	Когнитивная психология: перевод с английского	Москва: Тривола, 1996
Л2.2	Экман П., Ильин Е. П.	Психология эмоций: [перевод с английского]	Санкт- Петербург: Питер, 2013
Л2.3	Майерс Д.	Социальная психология: [перевод с английского]	Москва: Питер, 2013
Л2.4	Андреева Г.М.	Социальная психология: учебник для студ. вузов по напр. и спец. "Психология"	Москва: Аспект- Пресс, 2012
Л2.5	Больц Н.	Азбука медиа: [перевод с немецкого]	Москва: Европа, 2011
Л2.6	Назаретян А. П.	Психология стихийного массового поведения: толпа, слухи, политические и рекламные кампании: учебное пособие для студентов вузов по направлению и специальностям психологии	Москва: Академия, 2005
6.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Ефимова Н.С.	Социальная психология: учебное пособие	Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2018
Л3.2	Новопашина Л. А.	Социальная психология: учебно- методическое пособие	Красноярск: СФУ, 2018

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

Э1	<a href="http://www.7st.ru">http://www.7st.ru</a> — 7 статей.	<a href="http://www.7st.ru">http://www.7st.ru</a>
Э2	<a href="http://www.e-pr.nm.ru">http://www.e-pr.nm.ru</a> — Internet-клуб связей с общественностью (ICPR).	<a href="http://www.e-pr.nm.ru">http://www.e-pr.nm.ru</a>
Э3	<a href="http://www.press-service.ru">http://www.press-service.ru</a> — «Пресс- служба». Сайт журнала.	<a href="http://www.press-service.ru">http://www.press-service.ru</a>
Э4	<a href="http://www.nuap.ru">http://www.nuap.ru</a> — Русская школа PR.	<a href="http://www.nuap.ru">http://www.nuap.ru</a>

Э5	<a href="http://www.sitnikov.com">http://www.sitnikov.com</a> — Сайт А. Ситникова.	<a href="http://www.sitnikov.com">http://www.sitnikov.com</a>
Э6	<a href="http://www.cip.nsk.ru">http://www.cip.nsk.ru</a> — Сибирский центр поддержки общественных инициатив.	<a href="http://www.cip.nsk.ru">http://www.cip.nsk.ru</a>
Э7	<a href="http://www.sovetnik.ru">http://www.sovetnik.ru</a> — Советник: ежемесячный профессиональный журнал о связях с общественностью и рынке PR	<a href="http://www.sovetnik.ru">http://www.sovetnik.ru</a>
Э8	<a href="http://www.fom.ru">http://www.fom.ru</a> — Сайт Фонда общественного мнения.	<a href="http://www.fom.ru">http://www.fom.ru</a>
Э9	<a href="http://www.politcom.ru">http://www.politcom.ru</a> — Сайт Центра политических технологий;	<a href="http://www.politcom.ru">http://www.politcom.ru</a>
Э10	<a href="http://www.pr.4u.ru">http://www.pr.4u.ru</a> — Электронный журнал по PR	<a href="http://www.pr.4u.ru">http://www.pr.4u.ru</a>

## **8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Общий объем самостоятельной работы составляет 48 часов и включает:

Во-первых, выполнение самостоятельной работы –форма эссе

Во-вторых, по теме «Современная коммуникация – современное искусство» готовится презентация и студент на практических занятиях выступает с докладом.

Для выполнения самостоятельной работы предлагается перечень тем (Список прилагается). Выбор тем может происходить двумя способами:

1. В часы проведения консультации совместно с преподавателем данной дисциплины

2. Через электронную почту преподавателя

В случае, если невозможно выбрать тему по первой и второй процедуре – студент извещает кафедру (Личное заявление стандартной формы) и выбирает из предложенного списка тему работы.

Студенты самостоятельно определяют источники информации, произвольно структурируют материал и в форме эссе предоставляют преподавателю за месяц до проведения экзамена. Объем материала – от 5 до 10 п.с. В случае успешного выполнения работы студент может получить дополнительно на экзамене от 1 до 3 баллов (по десятибалльной шкале). Нарушение сроков сдачи исключает возможность поощрительных баллов. Студенты не выполнившие работу до экзамена не допускаются.

#### Основная литература

1. Методическое пособие. Курс лекций 1-7.
2. Психология массовой коммуникации. М.: Гардарики, 2012
3. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н.В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 373 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.
4. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С.М. Виноградова, Г. С. Мельник. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 512 с. — Серия : Бакалавр. Базовый курс.
5. Психология массовых коммуникаций : учеб. пособие / Л.П. Казакова ; Моск. гос. ун-т печати имени Ивана Федорова. — М. : МГУП имени Ивана Федорова, 2014. — 214 с.
6. Бернейс Э. Пропаганда. М.: Hippo Publishing, 2010
7. Фред Лютенс «Организационное поведение» М. «Инфра-М» 2010
8. Ю.А. Зуляр. Массовые коммуникации в рекламе. Учебник для вузов. Иркутск, 2006
10. Луман Н. Медиа коммуникации. М.: Издательство «Логос» «2011»

#### Дополнительная литература по модулям:

##### Модуль 1:

1. Выготский Л.С., Лурия А.Р. Этюды по истории поведения. Обезьяна. Примитив. Ребенок. М.: Педагогика-Пресс, 1993.
2. Кликс Ф. Пробуждающееся мышление: У истоков человеческого интеллекта. Глава 3. Роль коммуникации и познания в регуляции поведения животных. М.: Прогресс, 1983. С. 76 сл.
3. Леонтьев А.А. Возникновение и первоначальное развитие языка. М.: АН СССР, 1963.
4. Норман Б.Ю. Проблема происхождения человеческого языка // Основы языкознания. Минск: Бел. Фонд Сороса, 1996. С. 70-86.
5. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс; Универс, 1994.
6. Винер Н. Информация, язык и общество // Кибернетика. М.: Наука, 1983. С.236-248.
7. Якобсон Р.О. Речевая коммуникация; Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. М.: Прогресс, 1985. С.306-330.
8. А.А. Потемня. Мысль и язык. Киев. Синто. 1993.

- 9.Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М.: Центр, 1998.
- 10.Сепир Э. Коммуникация // Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс, 1993. С. 210-215.
- 11.Стернин И.А. Понятие коммуникативного поведения и методы его исследования // Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 1. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000
- 12.Семиотика. М.: Прогресс, 1990.
- 13.Почепцов Г.Г. История русской семиотики до и после 1917 года. М.: Лабиринт, 1998.
- 14.Блинов А. Общение, звуки, смысл. М.: РФО, 1996.
- 15.Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. «Рефл-бук» «Ваклер», 1999
- 16.Язык и массовая коммуникация. М., 1984
- 17.Дэвид Майерс Социальная психология. «Питер». Санкт-Петербург. Москва – Харьков – Минск. 1997
- 18.Т.Шибутани Социальная психология «Феникс». Ростов – на – Дону 1998
- 19.Мирча Элиаде Мифы сновидения мистерии «Рефл-бук» «Ваклер», 1996
- 20.Филипп Котлер Основы маркетинга. М., Из-во «Прогресс» 1990
- 21.Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. Санкт-Петербург 1998

## Модуль 2

- 1.Г.Г. Почепцов «Паблик рилейшнз для профессионалов». «Рефл-бук» «Ваклер» 1999 г.
- 2.Дэвид Майерс Социальная психология. «Питер». Санкт-Петербург. Москва – Харьков – Минск. 1997
- 3.Кэрролл Э. Изард Психология эмоций. «Питер». Санкт-Петербург. Москва – Харьков – Минск. 2000
- 4.Зигмунд Фрейд «Введение в психоанализ». Лекции. Москва «Наука» 1989
- 5.А.Адлер «Практика и теория индивидуальной психологии». Москва 1995
- 6.Эрих Фромм «Анатомия человеческой деструктивности» Москва 1998
- 7.Карл Густав Юнг «Психологические типы». «Университетская книга» АСТ 1996
- 8.Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. Санкт-Петербург 1998
- 9.Стэнли Милграм Эксперимент в социальной психологии.



- «Питер». Санкт-Петербург. Москва – Харьков – Минск. 2000
- 10.Е.П.Ильин Мотивация и мотивы. «Питер». Санкт-Петербург. Москва – Харьков – Минск. 2000
- 11.Роберт Чалдини Психология влияния «Питер». Санкт-Петербург. Москва – Харьков – Минск. 1999
- 12.Хьелл Л., Зиглер Д. Теория личности. СПб., 1997

### Модуль 3

- 1.С. Московичи. Век толп. М., Центр психологии и психотерапии. 1998
- 2.Густав Лебон. Психология толп. М., Институт психологии РАН. Издательство КСП+. 1999
- 3.Габриэль Тард. Мнение и толпа. М., Институт психологии РАН. Издательство КСП+. 1999
- 4.Джеймс Ф.Энджел, Роджер Д.Блэкуэлл, Пол У. Миниард. Поведение потребителей. Питер». Санкт-Петербург. Москва – Харьков – Минск. 1999
- 5.Дэвид Майерс Социальная психология. «Питер». Санкт-Петербург. Москва – Харьков – Минск. 1997
- 6.П.Н.Шихирев Современная социальная психология. Институт психологии РАН КСП+. Академический проект М., 1999
- 7.Акопов Г.В. Российское сознание. Самара 1999
- 8.Д.Я.Райгородский Психология и психоанализ власти. Хрестоматия. Т 1-2. Самара. Издательский дом «Бахрах» 1999
- 9.Дж. Гэлбрейт Новое индустриальное общество. М., Прогресс 1969

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### 9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	-Windows 7,
9.1.2	-Winrar или Winzip,
9.1.3	-Ms. Office 7,
9.1.4	-Adobe Photoshop CS3,
9.1.5	-Corel Draw 4,
9.1.6	-Statistica 10,
9.1.7	-Adobe Flash 3.

## 9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Сайт библиотеки СФУ. Режим доступа: <a href="http://bik.sfu-kras.ru/">http://bik.sfu-kras.ru/</a>
9.2.2	Электронный каталог библиотеки СФУ. Режим доступа: <a href="http://catalog.sfu-kras.ru/">http://catalog.sfu-kras.ru/</a>
9.2.3	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: <a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a>
9.2.4	Базы данных Интегрум: <a href="http://www.integrumworld.com/rus/services.html">http://www.integrumworld.com/rus/services.html</a>

## 10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Университет располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа университет располагает демонстрационным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующим рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронной библиотеке СФУ. Библиотечный фонд укомплектован в соответствии с требованиями ФГОС ВО. В образовательном процессе используются информационные ресурсы и базы данных, электронные мультимедийные комплексы, учебники и учебные пособия, активные и практико-ориентированные методы и технологии обучения. Имеется стопроцентный доступ к электронной библиотечной системе. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда СФУ обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, как на территории образовательной организации, так и вне ее.

В распоряжении обучающихся имеются учебные аудитории, оборудованные стационарными мультимедийным оборудованием, электронными досками; компьютерный класс на 20 мест, объединенных в локальную сеть, подключенный к Internet. Обучающиеся имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами, а также, используя электронную систему электронных образовательных ресурсов СФУ на базе Moodle, обучаться в удаленном режиме. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями обеспечены возможности равного доступа к материально-технической базе университета.