

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной  
деятельности

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ**

<b>Код модуля</b>	<b>Модуль</b>
1157270	Этико-правовые основы средств массовой коммуникации

**Екатеринбург**

<b>Перечень сведений о рабочей программе модуля</b>	<b>Учетные данные</b>
<b>Образовательная программа</b> 1. Реклама и связи с общественностью	<b>Код ОП</b> 1. 42.03.01/33.01
<b>Направление подготовки</b> 1. Реклама и связи с общественностью	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Бритвин Алексей Михайлович	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
2	Русаков Андрей Геннадиевич	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

## **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Этико-правовые основы средств массовой коммуникации**

### **1.1. Аннотация содержания модуля**

Модуль «Этико-правовые аспекты массовой коммуникации» направлен на формирование базовых профессиональных компетенций. Изучение правового регулирования информационной деятельности - необходимая часть профессиональной подготовки специалистов по связям с общественностью. Дисциплина «Этико-правовые основы средств массовой информации» знакомит студентов с общетеоретическими и практическими аспектами формирования и функционирования профессиональной этики, с историей становления и развития предпринимательской этики в России, ее современными принципами, со спецификой профессиональной этики журналиста, специалиста по связям с общественностью и специалиста по рекламе. Дисциплина также рассматривает конституционные нормы свободы поиска, доступа и распространения информации, корректного обращения с информацией, имеющей специальный правовой режим, баланс интересов личности, общества, субъектов политической, экономической деятельности и государства в информационной сфере, изучает возможности, которые дает российское законодательство по защите и укреплению нематериальных благ лица (чести, достоинства, деловой репутации и пр.), что является существенной профессиональной задачей пресс-служб.

### **1.2. Структура и объем модуля**

Таблица 1

<b>№ п/п</b>	<b>Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения</b>	<b>Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах</b>
1	Этико-правовые основы средств массовой коммуникации	3
ИТОГО по модулю:		3

### **1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе**

<b>Пререквизиты модуля</b>	Не предусмотрены
<b>Постреквизиты и кореквизиты модуля</b>	Не предусмотрены

### **1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю**

Таблица 2

<b>Перечень дисциплин модуля</b>	<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения (индикаторы)</b>
1	2	3

<p>Этико-правовые основы средств массовой коммуникации</p>	<p>ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного , межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности</p> <p>П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к выстраиванию партнерского взаимодействия</p>
	<p>ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p>	<p>З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры</p> <p>У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры</p> <p>П-1 - Создавать модели получения обратной связи от субъектов, вовлеченных в профессиональную деятельность, с описанием социального эффекта и ее последствий</p> <p>Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат</p>
	<p>ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>З-3 - Конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии</p> <p>З-4 - Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p>

		У-4 - Анализировать социально значимые процессы и явления  П-1 - Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации
--	--	---

### **1.5. Форма обучения**

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Этико-правовые основы средств массовой**  
**коммуникации**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Бритвин Алексей Михайлович	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподавате ль	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
2	Русаков Андрей Геннадиевич	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподавате ль	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Институт экономики и управления

Протокол № 13 от 11.06.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Бритвин Алексей Михайлович, Старший преподаватель, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
- Русаков Андрей Геннадиевич, Старший преподаватель, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутой II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Профессиональная мораль и профессиональная этика как неотъемлемые составляющие профессиональной культуры	<p>Понятия профессии, профессиональной группы, профессиональной культуры. Критерии сформированности профессии. Типы профессиональных культур. Структура профессиональной культуры: праксиологическая и ментальная составляющие. Профессиональная мораль и профессиональная этика. Их место в структуре профессиональной культуры. Основные ценности профессиональной морали: отношение субъекта производственной деятельности к труду, отношение к продукту труда, отношение к предмету и орудиям труда (средствам производства). Нравственная значимость этих отношений. Функции профессиональной морали. Классификация норм профессиональной этики. Соотношение общей и профессиональной этики. Этапы формирования регламентации производственной деятельности.</p> <p>Этические принципы ведения дел в России. Деловая этика в дореволюционной России. Формирование культуры предпринимательства в XVIII в. Манифест «О свободной торговле», Жалованная грамота городам. Понятие «совершенный купец». Роль религии в формировании деловой этики российских предпринимателей. Возникновение старообрядческого типа хозяйствования. Причины успеха предпринимателей-старообрядцев. Анализ сходства и различия</p>

		<p>старообрядческой и протестантской деловой этики. Патернализм и благотворительность как неотъемлемые черты деятельности российских предпринимателей. Взаимоотношения чиновничества и предпринимательства как одна из ключевых проблем российской экономической истории. Развитие деловой этики в России в XIX – нач. XX вв. Создание всероссийских представительных организаций предпринимателей. «Семь принципов ведения дел в России».</p> <p>Современные системы этических принципов. Понятие этического принципа. Функции этических принципов. Критерии построения современных систем этических принципов. Принципы международного бизнеса (Декларация Круглого стола в Ко). «Двенадцать принципов ведения дел в России»: принципы личности, принципы профессионала, принципы гражданина России, принципы гражданина Земли. Проблемы микроэтики и макроэтики. Проблемы внедрения этических принципов: внутренние (психологические) и внешние (социальные) барьеры. Наиболее характерные «болевы́е точки» этического развития современного российского предпринимательства. Проблема социальной ответственности бизнеса. Возможные пути внедрения и методы реализации этических принципов в деловой сфере (практические рекомендации объединениям предпринимателей, учреждениям бизнес-образования, государственным органам и СМИ).</p> <p>Взаимное доверие как основа деловой этики.</p> <p>Доверие как объект научного исследования. Понятие доверия. Факторы установления доверия в деловых отношениях: факторы межличностного и социального уровней. Факторы, препятствующие формированию доверия или разрушающие его. Три фазы формирования доверия. Критерии реализации фаз. Принципы формирования доверия, предложенные Л. Хосмером.</p> <p>Современный зарубежный и отечественный опыт создания кодексов профессионального поведения.</p> <p>Корпоративные и профессиональные кодексы. Национальные и международные кодексы профессиональной этики. Особенности американских, западноевропейских и российских кодексов корпоративной и профессиональной этики (история развития, ключевые темы, упоминаемые нарушения и налагаемые санкции). Проблемы внедрения профессиональных кодексов.</p>
P2	<p>Специфика профессиональной этики журналиста</p>	<p>Структура профессионального сознания журналиста (комплексы представлений: знания методологического характера, технологические правила и нормы, профессионально-нравственные ориентиры). Категории этики журналиста. Их объективная и субъективная стороны. Содержание понятия «профессиональный долг». Личностное самоопределение профессионального долга. Содержание понятий «профессиональная ответственность», «профессиональная совесть», «профессиональное достоинство», «профессиональная честь». Социально-</p>



		<p>политические, экономические, социально-психологические проблемы СМИ и этика профессии.</p> <p>Закон взаимодействия журналистики и общества.</p> <p>Профессионально-нравственные принципы журналистской деятельности. Принцип соблюдения приоритета общественных интересов и общечеловеческих гуманистических ценностей.</p> <p>Принцип соблюдения международных правовых актов и законов своей страны, прав человека. Принцип соблюдения общепринятых норм морали и стандартов культуры взаимоотношений. Принцип добросовестного выполнения всех профессиональных действий.</p> <p>Профессиональные нормы этики журналиста. Нормы отношений журналиста с аудиторией, героем и персонажами публикаций, источником информации, автором материала, властными структурами, коллегами.</p> <p>Этическое регулирование журналистской деятельности.</p> <p>«Декларация принципов поведения журналистов» (принятая Международной Федерацией журналистов). «Кодекс этических норм» (принятый Обществом профессиональных журналистов). «Кодекс профессиональной этики российского журналиста» (принятый Союзом журналистов России).</p> <p>«Положение о принципах и системе общественного контроля за соблюдением журналистами положений Кодекса профессиональной этики российского журналиста». Советы по профессиональной этике и Большое Жюри СЖР. «Хартия телерадиовещателей» (Российской Федерации).</p>
<b>РЗ</b>	Особенности профессиональной этики специалиста по связям с общественностью	<p>Морально-нравственные черты личности ПР-специалиста.</p> <p>Профессиональная компетентность как этический принцип.</p> <p>«Минимальные стандарты качества ПР-услуг» (МСК). Четыре категории МСК: процесс ПР-деятельности, методики, исполнение, профессиональные навыки. Этические аспекты отношений PR-специалистов с СМИ.</p> <p>Кодексы профессионального поведения в сфере связей с общественностью.</p> <p>Ведущие международные профессиональные ассоциации в сфере связей с общественностью: IPRA, CERP, ICO.</p> <p>Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО).</p> <p>Краткая история создания организаций, их современная деятельность, правила членства в организациях. Кодекс профессионального поведения IPRA. Афинский кодекс. Европейский кодекс профессионального поведения в области ПР (Лиссабонский кодекс). Профессиональная хартия ICO (Римская хартия).</p> <p>Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью. Структура и содержание данного документа. Общие профессиональные принципы.</p> <p>Принципы взаимоотношений с клиентами. Принципы взаимоотношений с коллегами в сфере связей с общественностью. Принципы взаимоотношений со средствами массовой информации и представителями других профессий.</p> <p>Отношение к профессии – связи с общественностью.</p>

		<p>Этические нормы при работе с информацией. Защита конфиденциальной информации.</p> <p>Этические нормы при сборе и использовании информации журналистами. Кодекс профессиональной этики пресс-атташе. Характеристики информации, предоставляемой прессе. Этические коллизии в журналистике и ПР.</p> <p>Связи с общественностью и проблема обеспечения информационной безопасности. Возможные последствия утечки конфиденциальной информации. Понятие коммерческой тайны. Сведения, которые не могут составлять коммерческую тайну. Рекомендации по составу информации, которая может быть отнесена к информации, содержащей коммерческую тайну. Порядок предоставления информации, составляющей коммерческую тайну, по запросам государственных органов. Принципы и порядок построения системы защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью. Возможные каналы утечки конфиденциальной информации и практические меры по защите этой информации. Предотвращение промышленного шпионажа.</p>
<b>Р4</b>	Правовое регулирование деятельности редакции СМИ и правовой статус журналиста	<p>Свобода информации. Положения Европейской Конвенции по правам человека о свободе самовыражения и информации.</p> <p>Информационные стандарты Совета Европы, выраженные в решениях Европейского суда по правам человека.</p> <p>Правовые гарантии свободы слова и свободы массовой информации в РФ.</p> <p>Правовой режим информации. Правовые нормы, защищающие свободу доступа к открытой информации.</p> <p>Доступ к информации о деятельности органов государственной власти и местного самоуправления.</p> <p>Сведения, отнесенные к государственной тайне.</p> <p>Конфиденциальная информация. Ее виды.</p> <p>Коммерческая тайна.</p> <p>Правовой статус учредителя и процедура учреждения СМИ.</p> <p>Государственный контроль профессиональной деятельности СМИ.</p> <p>Процедура аккредитации СМИ.</p> <p>Правовые гарантии профессиональной самостоятельности редакции СМИ.</p> <p>Правовые нормы, определяющие процедуры предоставления, отсрочки или отказа предоставления информации по запросу СМИ.</p> <p>Принцип публичности и права журналиста.</p> <p>Информационные действия, подпадающие под квалификацию «злоупотребление свободой массовой информации».</p>

		<p>Возможности лица по оперативной (вне и до суда) защите нематериальных благ.</p> <p>Опровержение как способ защиты нематериальных благ.</p> <p>Порядок публикации опровержения.</p> <p>Основания для требования публикации ответа. Ответ как эффективный способ защиты нематериальных благ.</p> <p>Понятие «персональные данные», их правовой регламент.</p>
<b>P5</b>	Правовое регулирование рекламы	<p>Правовые ограничения рекламы как формы распространения массовой информации.</p> <p>Спонсорская реклама, социальная реклама, контрреклама и условия их размещения.</p> <p>Полномочия государственного органа, контролирующего соблюдение законодательства о рекламе.</p> <p>Обязанности и сферы ответственности субъектов рекламной деятельности.</p>
<b>P6</b>	Правовые основы избирательного процесса	<p>Конституционные нормы, закрепляющие информационные стандарты избирательного процесса.</p> <p>Категории СМИ по специфике участия в избирательной кампании.</p> <p>Ограничения свободы слова и массовой информации в период избирательной кампании.</p>
<b>P7</b>	Интеллектуальная собственность	<p>Интеллектуальная собственность: основания возникновения и категории прав.</p> <p>Личные неимущественные права автора.</p> <p>Исключительное право автора. Виды договоров с авторами.</p> <p>Служебное произведение: авторские права, исключительное право.</p> <p>Интеллектуальная собственность в СМИ и СО и произведения, не являющиеся объектом авторского права.</p>

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	проектная деятельность целенаправленная работа с информацией	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов	П-1 - Общая оценка значимости и приоритетности получаемой

	для использования в практических целях	Технология самостоятельной работы	открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	информации
--	--	-----------------------------------	--	------------

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Этико-правовые основы средств массовой коммуникации

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Матушевский, Р. Г.; Правовые основы СМИ и журналистики : учебное пособие.; А-Приор, Москва; 2006; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56365> (Электронное издание)
2. Богацкая, С. Г.; Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие.; Логос, Москва; 2007; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84750> (Электронное издание)
3. Каптюхин, Р. В.; Теория и правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие.; Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Москва; 2005; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90433> (Электронное издание)
4. ; Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651> (Электронное издание)
5. Лазутина, Г. В.; Профессиональная этика журналиста : учебник.; Аспект Пресс, Москва; 2011; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104055> (Электронное издание)
6. Загорская, Л. М.; Профессиональная этика и этикет : учебное пособие.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228860> (Электронное издание)
7. Дымова, И., И.; Профессиональная этика журналиста : учебное пособие.; ООО ИПК «Университет», Оренбург; 2013; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259175> (Электронное издание)
8. , Кикоть, В. Я.; Профессиональная этика и служебный этикет : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117054> (Электронное издание)
9. Козловская, Т. Н.; Профессиональная этика : учебно-методическое пособие.; ОГУ, Оренбург; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439222> (Электронное издание)
10. Ермакова, Ж., Ж.; Профессиональная этика и этикет: практикум : учебное пособие к практическим занятиям.; ОГУ, Оренбург; 2013; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259114> (Электронное издание)
11. Ермакова, Ж., Ж.; Профессиональная этика и этикет: практикум : учебное пособие к практическим занятиям.; ОГУ, Оренбург; 2013; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259114> (Электронное издание)
12. Ельчанинова, Н. Б.; Правовые основы защиты информации с ограниченным доступом : учебное пособие.; Издательство Южного федерального университета, Ростов-на-Дону|Таганрог; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499598> (Электронное издание)
13. Хомяков, В. И.; Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726> (Электронное издание)

## **Печатные издания**

1. Федотов, М. А.; Правовые основы журналистики : [Учебник для вузов].; ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, Москва; 2002 (35 экз.)
2. Рихтер, А. Г.; Правовые основы журналистики : Учебник для вузов по специальности "Журналистика".; Изд-во Моск. ун-та, Москва; 2002 (67 экз.)
3. Корконосенко, С. Г.; Основы журналистики : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности "Журналистика".; Аспект Пресс, Москва; 2006 (31 экз.)

## **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - [http://book.uraic.ru/el\\_library](http://book.uraic.ru/el_library)
7. Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — ISBN 978-5-4486-0598-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80339.html> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

## **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

## **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;

зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>

электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>

справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

### 3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Этико-правовые основы средств массовой коммуникации

#### Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

		<p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>CorelDRAW Graphics Suite 2017 Education Lic (5-50)</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>