

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухов Тимур Александрович

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:54

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

Пятигорского института (филиал) СКФУ

Н.В. Данченко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Правовое и этическое регулирование связей

с общественностью и рекламы

Направление подготовки

Направленность (профиль)

Год начала обучения

Форма обучения

Реализуется в

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Коммуникативные технологии и реклама

2024

очная

3 семестре

Разработано

Доцентом кафедры Гражданского права и процесса

Кубатко С.А.

Пятигорск 2024 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» является формирование у студентов основ правового и этического регулирования связей с общественностью и рекламной деятельностью, предполагающей освоение базовых правовых, государственных, информационных и экономических понятий, являющихся отражением сферы рекламной деятельности, а также практических умений и компетенций, позволяющих эффективно взаимодействовать с широким кругом правовых и финансовых институтов, представления о сущности и основных особенностях рекламной деятельности как особого рода деятельности, формирование у них практических навыков по ведению рекламной деятельности, а также формирование у слушателей понимания того, что в современном этапе крайне необходимо грамотное предоставление рекламных услуг и взаимодействие с общественностью.

Изучение курса позволит лучше ориентироваться в текущих правовых вопросах рекламной деятельности, теоретических основах механизма государственного регулирования информационной деятельности, в частности рекламной деятельности, а также формирование навыка использовать основы правовых знаний в сфере своей профессиональной деятельности

Основные задачи изучения курса:

- формирование знаний, основных категорий и понятий «правовое регулирование» и «государственное управление», особенности их применения в отношении рекламной, информационной деятельности, регулирования связей с общественностью;
- формирование гражданской активной позиции в общественной жизни при решении задач в области социальных отношений, формирование у обучающихся правосознания и правовой культуры;
- формирование личностных основ российской гражданской идентичности,
- определение общих и специальных требований, предъявляемых законодательством к осуществлению рекламной и информационной деятельности, регулирования связей с общественностью;
- изучение субъектного состава информационных правоотношений, основных прав и обязанностей сторон указанных отношений, а также их ответственность за нарушение законодательства о рекламе и о СМИ;
- рассмотрение особенностей участия основных сил в регулировании рекламно-информационной деятельности (потребители, общественные организации, государство).

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» относится к дисциплине обязательной части учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Ее освоение происходит во 3 семестре.

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

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма,	ИД-1 УК-10 Знаком с действующими правовыми нормами, обеспечивающими борьбу с проявлениями экстремизма, терроризма в различных областях жизнедеятельности, со	владеет принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг,

коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	способами профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней	информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
	ИД-2 УК-10 Предупреждает возможные проявления экстремизма, терроризма, коррупционные риски в профессиональной деятельности; исключает вмешательство в свою профессиональную деятельность в случаях склонения к коррупционным правонарушениям;	
	ИД-3 УК-10 Взаимодействует в обществе на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействует им в профессиональной деятельности	
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	И-1 ОПК-5 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	умеет организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ, создавать и редактировать информационные ресурсы, осуществлять ввод и обработку текстовых данных на сайте
	ИД-2 ОПК-5 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики ко коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ИД-1 ОПК-7 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Умеет осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и
	ИД-2 ОПК-7 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей	

	общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте
--	---	---

3. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля

Объем занятий: всего: 5 з.е., 180 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	54
Лекции/из них практическая подготовка	18
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	-
Практических занятий/из них практическая подготовка	36
Самостоятельная работа	72
Формы контроля	54
Экзамен	3 семестр

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма			
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Тема 1. Правовое регулирование PR-деятельности. Акты информационного законодательства. Направления правового регулирования отношений в области массовой информации 1. Информация и общество. Место информационной деятельности в общественном устройстве. 2. Правовые и этические критерии деятельности специалиста по связям с общественностью. Понятие «информационное законодательство». Составляющие информационного законодательства. Роль информационного законодательства в работе специалиста по связям с общественностью. 3. Основные правовые ориентиры PR-деятельности в информационном законодательстве. Перечень актов информационного законодательства, необходимых в деятельности специалиста по связям с общественностью. 4. Перечень Постановлений Правительства РФ и дополнительных НПА, необходимых в работе PR-специалиста. Содержание Доктрины информационной безопасности РФ. Содержание Концепции развития информационного общества РФ. 5. Элементы этического регулирования деятельности специалиста по связям с общественностью. 6. Проблемы нарушения законодательства о СМИ специалистами пресс-служб и отделов по связям с общественностью. Основные причины. Уровень гласности в России.	ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-7 ИД-2 ОПК-7	2	2		8
2	Тема 2. Обеспечение гарантий свободы массовой информации в Российской Федерации 1. Задачи и основные принципы государственного регулирования информационной деятельности. 2. Механизм государственного и правового обеспечения информационной деятельности. 3. Государство, как гарант свободы массовой информации.	ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-5	2	2		8

	4. Гарантии свободы массовой информации в Конституции Российской Федерации. Гарантии свободы массовой информации в Федеральном Законе РФ «О средствах массовой информации». 5. История развития гарантий свободы массовой информации в Российской Федерации. Недопустимость цензуры. 6. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации. Свобода слова и свобода печати: различия.	ИД-1 ОПК-7 ИД-2 ОПК-7		2		
3	Тема 3. Особенности регулирования информационных отношений, возникающих при производстве, распространении и потреблении массовой информации в РФ 1. Субъекты информационных отношений и их правовой статус. 2. Основные направления правового регулирования отношений в области массовой информации. Внутренние и внешние информационные правоотношения. 3. Организация деятельности средства массовой информации. Регистрация СМИ. СМИ, свободные от регистрации. Правовое положение учредителя и редакции. Правовое положение издателя. 4. Нормы распространения массовой информации. Выходные данные и тираж. Лицензирование телерадиовещания. 5. Отношения СМИ с гражданами и организациями. Отказ и отсрочка в предоставлении информации журналисту. Причины отказа и процедура отказа. Причины отсрочки и процедуры отсрочки. Право на опровержение. 6. Права и обязанности журналиста СМИ.	ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-7 ИД-2 ОПК-7	2	2 2		8
4	Тема 4. Основное содержание Закона РФ «О средствах массовой информации» и ответственность за его нарушение 1. Федеральный Закон РФ «О средствах массовой информации». Значение закона. Главы и разделы. Основные определения, данные в Законе. Структура ФЗ «О средствах массовой информации». 2. Основные «пробелы» в ФЗ «О средствах массовой информации» Ответственность за нарушение ФЗ «О средствах массовой информации». 3. Виды ответственности. Ситуации использования ФЗ «О средствах массовой информации» специалистом по связям с общественностью в профессиональной деятельности. Основные ошибки. 4. Основные виды нарушений прав журналиста, указанных в ФЗ «О средствах массовой информации» в деятельности специалиста по связям с общественностью.	ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-7 ИД-2 ОПК-7	2	2 2		8
5	Тема 5. Этические нормы, критерии и правила в рекламе и PR. Общественное регулирование 1. Репутационный вред и основания для его возмещения в российском праве. 2. Правовые основы защиты чести, достоинства и деловой репутации. 3. Судебные средства защиты чести, достоинства и деловой репутации. 4. Особенности освещения частной жизни в СМИ. Основания освобождения от	ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-5	2	2		8

	ответственности за распространение информации, наносящий вред физическим/юридическим лицам. Персональные данные гражданина: понятие, порядок их использования в средствах массовых коммуникациях. 5. Общественные движения за соблюдение этики в рекламе. Этические нормы, критерии и правила в рекламе. 6. Значение традиций, общественных норм, морали, общественного мнения в регулировании рекламной деятельности. Проблема сексизма в рекламе.	ИД-1 ОПК-7 ИД-2 ОПК-7		2		
6	Тема 6. Освещение деятельности органов государственной власти средствами массовой информации 1. Государственная поддержка средств массовой информации в России. Государственные льготы для СМИ: виды, нормы предоставления. Налогообложение в сфере СМИ. 2. Информация органов государственной власти и местного самоуправления. Государственные федеральные СМИ. Информационные программы. 3. Нормы Федерального закона «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации». Сообщения, обязательно включаемые в информационные программы государственными федеральными аудиовизуальными средствами массовой информации, в день, когда состоялось соответствующее событие. 4. Оперативное информирование телезрителей и радиослушателей об официальных визитах глав иностранных государств или правительств в Российскую Федерацию, об официальных визитах за рубеж Президента РФ, делегаций Совета Федерации и Государственной Думы, Правительства РФ. 5. Контроль за соблюдением органами государственной власти и государственными аудиовизуальными средствами массовой информации требований законодательства РФ о порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации. 6. Обязательное опубликование в печатных СМИ нормативноправовых актов.	ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-7 ИД-2 ОПК-7	2	2		8
7	Тема 7. Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ. Основное содержание Федерального Закона «О рекламе» 1. Понятие и виды участников (субъектов) рекламной деятельности, их классификация: рекламодатели, рекламопроизводители и рекламораспространители. 2. Законодательство, регулирующее правовое положение и организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности. Федеральный закон РФ «О рекламе» и его значение в регулировании рекламной деятельности: структура Закона. Цели и сфера применения Закона РФ «О рекламе», его основные положения. Общие и специальные требования к рекламе. 3. Другие нормативные акты, регулирующие рекламноинформационную деятельность в России. 4. Правовое регулирование способов распространения рекламы: в периодических печатных изданиях, в радиопрограммах и радиопередачах, распространяемая при кино- и видео-обслуживании, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.	ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-7 ИД-2 ОПК-7	2	2		8

8	Тема 8. Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Договоры в рекламной деятельности 1. Правовое регулирование рекламирования отдельных видов товаров. 2. Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, продукции военного назначения и оружия, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты. 3. Понятие и виды договоров, применяемых в рекламной деятельности. Свобода договора. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров в рекламе. 4. Права, обязанности и ответственность сторон договора за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств. 5. Права и мера ответственности рекламного агентства. 6. Страхование регулирования рекламной деятельности.	ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-7 ИД-2 ОПК-7	2	2		8
9	Тема 9. Ненадлежащая реклама. Юридическая ответственность за правонарушения в сфере рекламной и информационной деятельности 1. Виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная конкуренция. 2. Федеральный антимонопольный орган и его полномочия по государственному контролю в области рекламноинформационной деятельности. Полномочия региональных и муниципальных органов по контролю над рекламой. 3. Понятие саморегулирующей организации, её правовой статус и полномочия. Роль и права ассоциаций участников рекламного процесса в организации саморегулирования рекламной деятельности. 4. Основные виды ответственности за правонарушения в рекламной деятельности. Гражданско-правовая ответственность за нарушения обязательств по договорам, регулирующим рекламную деятельность. 5. Административные санкции и порядок их наложения. 6. Основные виды преступлений в сфере рекламно-информационной деятельности и меры их предупреждения.	ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10 ИД-1 ОПК-5 ИД-2 ОПК-5 ИД-1 ОПК-7 ИД-2 ОПК-7	2	2		8
	ИТОГО за 3 семестр		18	36		72
	ИТОГО		18	36		72

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине (модулю) «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);

- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Хомяков В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. - 264 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726>

2. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - Москва: Юнити, 2019. - 240 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651>

3. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 334 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Правовое регулирование информационных отношений в области массовой информации: учебное пособие / О.В. Ахрамева, И.Ф. Дедюхина, О.В. Жданова и др.;

Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра государственного и муниципального управления и права. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2019. - 65 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438601>

2. Право интеллектуальной собственности: учебник / под общ. ред. Л.А. Новоселовой. - Москва: Статут, 2019. - Т. 1. Общие положения. - 512 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486602>

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2. Методические указания по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <https://www.gks.ru/> - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://biblioclub.ru>

3. Научная электронная библиотека e-library – www.elibrary.ru

4. <http://catalog.ncstu.ru/catalog> – Официальный сайт библиотеки ФГАОУ ВО СКФУ <https://finuch.ru/> Учебное пособие по финансовой грамотности

5. <http://www.cbr.ru/> официальный сайт ЦБ РФ

6. <http://www.consultant.ru/> - Справочно правовая система КонсультантПлюс

7. <https://fmc.hse.ru/> Федеральный методический центр по финансовой грамотности

8. fingramota.org Материалы информационного портала

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1. <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online>. - некоммерческая интернет-версия (СПС) КонсультантПлюс.

2. <https://www.garant.ru/> - информационно-правовой портал Гарант.ру.

Программное обеспечение:

1. Операционная система: Microsoft Windows 8: Бессрочная лицензия. Договор № 01-эа/13 от 25.02.2013.

2. Операционная система: Microsoft Windows 10: Бессрочная лицензия. Договор № 544-21 от 08.06.2021.

3. Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2013: договор № 01-эа/13 от 25.02.2013г., Лицензия Microsoft Office <https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674>

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных

образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (Bigbluebutton, Microsoft Teams, а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.