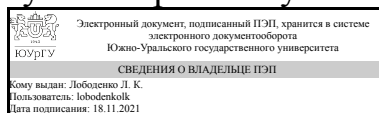


УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт медиа и социально-
гуманитарных наук



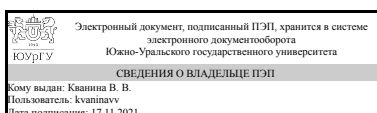
Л. К. Лободенко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.26 Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Предпринимательское, конкурентное и экологическое право

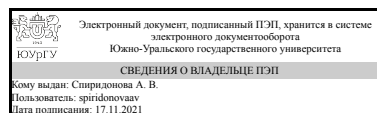
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.юрид.н., проф.



В. В. Кванина

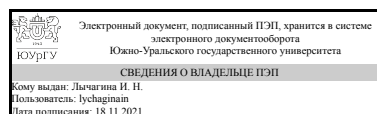
Разработчик программы,
к.юрид.н., доцент (кн)



А. В. Спиридонова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления
к.пед.н., доц.



И. Н. Лычагина

1. Цели и задачи дисциплины

Главная цель дисциплины «Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью» – является формирование у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с пониманием и решением правовых вопросов в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью. Задачами изучения дисциплины являются: закрепление теоретических знаний о правовом регулировании рекламы и связей с общественностью, умение корректно пользоваться и применять законодательство с учётом принятой судебной – арбитражной практики; умение анализировать развитие российского законодательства в области рекламы и связей с общественностью.

Краткое содержание дисциплины

В содержание программы входят следующие вопросы: • Понятие и цели правового регулирования рекламы и связей с общественностью; • Общие и специальные требования, предъявляемые к рекламе; • Требования, предъявляемые к субъектам рекламной деятельности; • Договоры в сфере рекламной деятельности; • Правовое регулирование политической рекламы; • Правовое регулирование интеллектуальной собственности в сфере рекламы и связей с общественностью; • Правовое регулирование деятельности средств массовой информации • Правовое регулирование защиты чести, достоинства и деловой репутации. • Правовое регулирование деятельности средств массовой информации и др.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает: Законодательство Российской Федерации в сфере рекламы, связей с общественностью и средств массовой информации, сфере интеллектуальной собственности, гражданско-правовых, информационных правоотношений, т.ч. Конституцию Российской Федерации, федеральные конституционные законы и федеральные законы, а также общепризнанные принципы, нормы международного права и международные договоры Российской Федерации, а также подзаконные акты, акты органов власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, локальные нормативные правовые акты. Умеет: Анализировать действующее законодательство в сфере рекламы и связей с общественностью; гражданское законодательство, в т.ч. в сфере интеллектуальной собственности, законодательство об информации. Умеет применять нормы законодательства о рекламе к конкретным видам рекламной информации, применять нормы законодательства о СМИ при

	<p>осуществлении связей с общественностью посредством СМИ и др.; анализировать судебную практику и практику уполномоченных государственных органов с целью выявления основных проблем и путей их решения. Имеет практический опыт: "Составления правовых документов в области рекламы и связей с общественностью (договоров, претензий, исков), в т. ч. договоров на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах. Имеет опыт правового анализа поставленных задач в рамках поставленной цели и способен выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм. Имеет практический опыт работы со специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами.</p>
<p>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</p>	<p>Знает: Основные этапы развития законодательства о рекламе и связях с общественностью в России и зарубежных странах; основные тенденции в правовом регулировании рекламы и связей с общественностью на современном этапе развития общественных отношений, основные тенденции развития законодательства, регулирующего медиакоммуникационные системы региона, страны и мира, основные тенденции законодательства об интеллектуальной собственности и информации, в т.ч. размещении информации, результатов интеллектуальной деятельности, персональных данных в сети Интернет</p> <p>Умеет: Учитывать нормативно-правовые акты, судебную и административную практику по делам о рекламе и связях с общественностью, об интеллектуальной собственности и информации с целью выявления основных проблем, подходов и формирования на основе этого собственной позиции; выражать свою гражданскую позицию при подготовке рекламных проектов, в т.ч. социальной рекламы, подготовке и проведении кампаний, связанных с обеспечением связей с общественностью</p> <p>Имеет практический опыт: Применения в профессиональной деятельности навыка изучения, анализа и синтеза правовых знаний в области правового регулирования рекламы и связей с общественностью; способностью оценить содержание проектной документации в сфере правового регулирования рекламы и связей с общественностью на предмет ее соответствия законодательству.</p>

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.11 Основы социального государства, 1.О.12 Политология, 1.О.10 Правоведение, 1.О.05 Экономика	1.О.28 Экономика организации рекламы и связей с общественностью, 1.О.27 Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.О.10 Правоведение	Знает: - Основные положения законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты в рамках своей деятельности; содержание конституционных и иных прав в сфере осуществления деятельности, порядок их реализации и защиты; - виды и основания ответственности по законодательству Российской Федерации за правонарушения., Тенденции развития общественных и государственных институтов. Умеет: - Находить нормативную информацию в рамках своей деятельности; - обосновывать и принимать в пределах должностных обязанностей решения, а также совершать действия, связанные с реализацией правовых норм., Выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов; создавать тексты рекламы и (или) иных коммуникационных продуктов. Имеет практический опыт: - Поиска, толкования и применения действующего законодательства в практической деятельности., Учета тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
1.О.05 Экономика	Знает: -Основные понятия категории и методы исследования экономической теории;- закономерности функционирования современной экономики на микро- и макроуровне; - цели и инструменты государственного регулирования рыночных структур и стабилизационной макроэкономической политики. Умеет: - Объяснять характер влияния различных факторов на состояние и тенденции экономической конъюнктуры на микро- и макроуровне;- ориентироваться в механизмах влияния различных инструментов экономической политики государства на состояние экономики.

	Имеет практический опыт: Использования экономической информации для принятия решений в различных сферах жизнедеятельности
1.О.11 Основы социального государства	<p>Знает: - Способы осуществления социального взаимодействия в команде; - виды ролей в команде., - Основные положения законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты в рамках своей деятельности; - содержание конституционных и иных прав в сфере осуществления деятельности, порядок их реализации и защиты; виды и основания ответственности по законодательству Российской Федерации за правонарушения.</p> <p>Умеет: - Определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; - при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывать особенности поведения и интересы других участников; - анализировать возможные последствия личных действия в социальном взаимодействии и командной работе и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; - осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом членами команды; соблюдать нормы и установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат., - Находить нормативную информацию в рамках своей деятельности; - обосновывать и принимать в пределах должностных обязанностей решения, а также совершать действия, связанные с реализацией правовых норм. Имеет практический опыт: - Осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде., - Поиска, толкования и применения действующего законодательства в практической деятельности.</p>
1.О.12 Политология	<p>Знает: Знает о политических возможностях и ограничениях, значимых в контексте реализации задач профессиональной деятельности, О способах организации публичной политики в разных типах политических систем</p> <p>Умеет: Учитывать политико-правовую среду осуществления профессиональной деятельности, Определять специфику политико-правовой среды функционирования медиакоммуникационных систем</p> <p>Имеет практический опыт: Владения методами оценки политической ситуации для реализации задач профессиональной деятельности., Владения навыками первичного анализа политико-правовой среды в сфере профессиональной деятельности</p>

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 56,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		5	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48	
Лекции (Л)	16	16	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	51,5	51,5	
с применением дистанционных образовательных технологий	0		
Подготовка к экзамену	11,5	11.5	
Подготовка к практическим занятиям. Подготовка докладов. Подготовка к тестированию.	40	40	
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5	
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен	

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Общие положения о правовом регулировании рекламы и связей с общественностью	12	4	8	0
2	Общие и специальные требования, предъявляемые к отдельным видам рекламы	15	5	10	0
3	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы и связей с общественностью	6	2	4	0
4	Гражданско-правовые институты в сфере рекламы и связей с общественностью	9	3	6	0
5	Правовое регулирование деятельности средств массовой информации	6	2	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Понятие и цели правового регулирования рекламы и связей с общественностью. Источники правового регулирования рекламы и связей с общественностью. Понятие и признаки рекламы. Понятие и признаки рекламной деятельности	2
2	1	Отграничение рекламы от иных видов информации. Субъекты рекламных правоотношений: рекламодаделец, рекламопроизводитель, рекламодатель, потребители рекламы, спонсор.	2

3	2	Общие требования, предъявляемые к рекламе. Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных видов товаров.	2
4	2	Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных способов размещения и распространения рекламы. Правовое регулирование наружной рекламы. Правовое регулирование социальной рекламы.	2
5	2	Правовое регулирование политической рекламы.	1
5-6	3	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы и связей с общественностью. Ответственность за нарушение законодательства в сфере рекламы.	2
6-7	4	Защита и охрана интеллектуальных прав в рекламе и связях с общественностью. Защита чести, достоинства и деловой репутации в сфере рекламы и связей с общественностью. Понятие и классификация договоров в сфере рекламы и связей с общественностью. Отдельные договоры в сфере рекламы и связях с общественностью.	3
8	5	Понятие и виды средств массовой информации. Источники правового регулирования деятельности средств массовой информации. Требования, предъявляемые к освещению информации в СМИ.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Понятие и цели правового регулирования рекламы и связей с общественностью. Источники правового регулирования рекламы и связей с общественностью	2
2	1	Понятие и признаки рекламы. Понятие и признаки рекламной деятельности.	2
3	1	Отграничение рекламы от иных видов информации.	2
4	1	Субъекты рекламных правоотношений: рекламодаделец, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребители рекламы, спонсор.	2
5	2	Общие требования, предъявляемые к рекламе.	2
6	2	Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных видов товаров.	2
7	2	Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных способов размещения и распространения рекламы.	2
8	2	Правовое регулирование наружной рекламы.	2
9	2	Правовое регулирование политической рекламы.	2
10	3	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы.	2
11	3	Ответственность за нарушение законодательства в сфере рекламы.	2
12	4	Защита и охрана интеллектуальных прав в рекламе и связях с общественностью.	2
13	4	Защита чести, достоинства и деловой репутации в сфере рекламы и связей с общественностью.	2
14	4	Понятие и классификация договоров в сфере рекламы и связей с общественностью. Отдельные договоры в сфере рекламы и связях с общественностью.	2
15	5	Понятие и виды средств массовой информации. Источники правового регулирования деятельности средств массовой информации.	2
16	5	Требования, предъявляемые к освещению информации в СМИ.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к экзамену	-	5	11,5
Подготовка к практическим занятиям. Подготовка докладов. Подготовка к тестированию.		5	40

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	5	Текущий контроль	Устный опрос	0,1	6	Устный опрос осуществляется на каждом практическом занятии Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Правильный ответ на вопрос соответствует 2 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6. Весовой коэффициент мероприятия – 0,1.	экзамен
2	5	Текущий контроль	Бонусное задание	1	6	Студент представляет копии документов, подтверждающие победу или участие в предметных олимпиадах по темам дисциплины При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом	экзамен

						ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимально возможная величина бонусрейтинга +15 %.	
3	5	Текущий контроль	Доклад	0,4	3	Проводится во время практических и семинарских занятий. При оценивании результатов выступления с докладом используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Правильное и полное освещение темы доклада — 3 балла; Правильные но не совсем полное освещение темы доклада — 2 балла; Частичное освещение темы доклада — 1 балл; Не подготовка доклада по заданной теме — 0 баллов. Весовой коэффициент мероприятия (за каждый доклад) – 0,4.	экзамен
4	5	Текущий контроль	Решение задач	0,3	3	Проводится на каждом занятии. При оценивании результатов решения задач по темам используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Время на выполнение 20 минут, после чего заслушивается решение, происходит разбор ошибок, неточностей или неполноты данного решения. Правильное решение задач по теме — 3 балла; Правильное решение задач по теме с небольшими неточностями — 2 балла; Частично правильное решение задач по теме или с многочисленными неточностями — 1 балл; Полностью неправильные ответы — 0 Весовой коэффициент мероприятия (за решение задач каждой темы) – 0,3.	экзамен
5	5	Текущий контроль	Выполнение практических заданий	0,5	2	Выполнением практических заданий оцениваются навыки применения положений законодательства в сфере рекламы и связей с общественностью, умения работать с информационными ресурсами в изучаемой сфере, навыки работы с процессуальными документами. Проверка выполнения практических заданий осуществляется на каждом практическом занятии. Практические задания содержатся в заданиях для подготовки к практическим занятиям, размещенным в ЭУК по дисциплине. Студент выполняет практические задания в ходе самостоятельной работы,	экзамен

						оформляет их в письменном (электронном) виде и предоставляет на проверку преподавателю. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). За выполнение задания правильно, в полном объеме, при условии его своевременного предоставления в день проведения практического занятия начисляется 2 балла. При условии его правильного, полного, но несвоевременного предоставления (не в день проведения практического занятия) начисляется 1 балл, при условии непредоставления задания начисляется 0 баллов. Весовой коэффициент мероприятия – 0,5	
6	5	Промежуточная аттестация	экзамен	-	1	На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система. Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 % Удовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система. Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 % Удовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
УК-2	Знает: Законодательство Российской Федерации в сфере рекламы, связей с общественностью и средств массовой информации, сфере интеллектуальной собственности, гражданско-правовых, информационных правоотношений, т.ч. Конституцию Российской Федерации, федеральные конституционные законы и федеральные законы, а также общепризнанные принципы, нормы международного права и международные договоры Российской Федерации, а также подзаконные акты, акты органов власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, локальные нормативные правовые акты.	+	+	+	+	+	+
УК-2	Умеет: Анализировать действующее законодательство в сфере рекламы и связей с общественностью; гражданское законодательство, в т.ч. в сфере интеллектуальной собственности, законодательство об информации. Умеет применять нормы законодательства о рекламе к конкретным видам рекламной информации, применять нормы законодательства о СМИ при осуществлении связей с общественностью посредством СМИ и др.; анализировать судебную практику и практику уполномоченных государственных органов с целью выявления основных проблем и путей их решения.	+	+	+	+	+	+
УК-2	Имеет практический опыт: "Составления правовых документов в области рекламы и связей с общественностью (договоров, претензий, исков), в т. ч. договоров на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах. Имеет опыт правового анализа поставленных задач в рамках поставленной цели и способен выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм. Имеет практический опыт работы со специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами.	+	+	+	+	+	+
ОПК-5	Знает: Основные этапы развития законодательства о рекламе и связях с общественностью в России и зарубежных странах; основные тенденции в правовом регулировании рекламы и связей с общественностью на современном этапе развития общественных отношений, основные тенденции развития законодательства, регулирующего медиакommunikационные системы региона, страны и мира, основные тенденции законодательства об интеллектуальной собственности и информации, в т.ч. размещении информации, результатов интеллектуальной деятельности, персональных данных в сети Интернет	+	+	+	+	+	+
ОПК-5	Умеет: Учитывать нормативно-правовые акты, судебную и административную практику по делам о рекламе и связях с общественностью, об интеллектуальной собственности и информации с целью выявления основных проблем, подходов и формирования на основе этого собственной позиции; выражать свою гражданскую позицию при подготовке рекламных проектов, в т.ч. социальной рекламы, подготовке и проведении кампаний, связанных с обеспечением связей с общественностью	+	+	+	+	+	+
ОПК-5	Имеет практический опыт: Применения в профессиональной деятельности навыка изучения, анализа и синтеза правовых знаний в области правового регулирования рекламы и связей с общественностью; способностью оценить содержание проектной документации в сфере правового регулирования рекламы и связей с общественностью на предмет ее соответствия законодательству.	+	+	+	+	+	+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Минбалеев, А. В. Правовое регулирование рекламной деятельности Текст учеб. пособие для вузов по специальности 030501 "Юриспруденция" А. В. Минбалеев ; под ред. В. В. Кваниной. - М.: Юриспруденция, 2010. - 223 с. 21 см

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Хозяйство и право
2. Предпринимательское право
3. Право и экономика

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. методические указания для студентов по изучению дисциплины "Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью"

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. методические указания для студентов по изучению дисциплины "Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью"

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Мартыненко, Г.И. Правовая защита конкуренции: учебное пособие. [Электронный ресурс] / Г.И. Мартыненко, И.П. Мартыненко. — Электрон. дан. — М. : Юстицинформ, 2016. — 424 с. https://e.lanbook.com/book/75105
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Терских, М.В. Реклама в коммуникационных процессах: учебно-методическое пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2008. — 40 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/12789 — Загл. с экрана.
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Ильин, А.С. Теория и практика связей с общественностью. Курс лекций. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2014. — 208 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/53558 — Загл. с экрана.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

2. -Консультант Плюс(31.07.2017)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	446 (1)	1) проектор; 2) компьютер с доступом в Интернет; 3) комплект мебели по количеству обучающихся; 4) комплект учебно-методической документации, 4) наглядные средства обучения: - комплекты таблиц
Лекции	446 (1)	1) проектор; 2) компьютер с доступом в Интернет; 3) комплект мебели по количеству обучающихся; 4) комплект учебно-методической документации, 4) наглядные средства обучения: - комплекты таблиц