

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа дисциплины
РЕКЛАМА И PR ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования по направлению подготовки
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: **Реклама и связи с общественностью**

Квалификация:

Бакалавр

Форма обучения

Очная

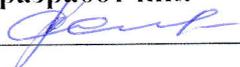
Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с
общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
24 06 2021 г., протокол № 9

Рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры 14.04.2021 г., протокол № 10
Зав. кафедрой  Фирова И.П.

Автор-разработчик:
 Фейлинг Т.Б.

Санкт-Петербург, 2021

1. Цели и задачи дисциплины «Реклама и PR технологии в развитии регионов»

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и компетенций в продвижении регионов посредством рекламных и PR технологий.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о специфике рекламной и PR деятельности в продвижении регионов;
- дать представление об основных факторах, определяющих эффективность рекламных и PR технологий в продвижении регионов;
- развить практические навыки планирования и оценки эффективности рекламной и PR деятельности в продвижении регионов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Реклама и PR технологии в развитии регионов» относится к части дисциплин ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений; обеспечивает подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами в 7 семестре, объем дисциплины - 144 ак. часа, 4 зачетных единицы.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин: «Основы проектной деятельности», «Теория и практика связей с общественностью», «Планирование и бюджетирование в рекламе и PR» «Интегрированные коммуникации», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Социология массовой коммуникации», «Основы правовых знаний в рекламе и связях с общественностью», «PR-проектирование», «Психология массовой коммуникации», а также «Профессионально - творческая практика».

Изучение дисциплины направлено на формирование комплексного подхода в использовании технологий рекламы и PR для формирования имиджа регионов и территорий, брендирование и продвижение территорий с целью их развития, привлечения инвестиций, создания высокого уровня жизни населения.

Основными видами занятий при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы, имеющие концептуальное и методологическое значение в решении задач подготовки специалистов данного профиля.

На практических занятиях отрабатываются ключевые практические вопросы, формируются необходимые умения и навыки.

Знания, полученные при изучении дисциплины «Реклама и PR технологии в развитии регионов» используются в дальнейшем при изучении дисциплин ОПОП, а также в Преддипломной практике и подготовке ВКР.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-2 (ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3); ПК-5 (ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3); ПК-7 (ПК-7.1; ПК-7.2; ПК-7.3)

Таблица формируемых компетенций

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения
ПК-2. Способен разрабатывать коммуникационные программы, в том числе, антикризисные	ПК-2.1 Применяет знания о наиболее целесообразных и эффективных способах планирования маркетинговых коммуникаций	Знать эффективные способы планирования коммуникационных программ в сфере продвижения территорий. Уметь планировать коммуникационные программы для продвижения территорий Владеть эффективными способами планирования коммуникационных программ для продвижения территорий
	ПК-2.2 При разработке коммуникационных программ учитывает маркетинговые цели, особенности отрасли и характеристики целевых аудиторий	Знать формы и способы воздействия рекламы и PR на массовое сознание. Уметь определять критерии качества и эффективности коммуникационных проектов в сфере продвижения территорий. Владеть навыками разработки коммуникационных проектов для продвижения территорий
	ПК-2.3. Осуществляет мониторинг и актуализацию стратегических и антикризисных коммуникаций компании	Знать особенности осуществления мониторинга коммуникационной деятельности в сфере продвижения территорий. Уметь осуществлять актуализацию коммуникационной деятельности в сфере продвижения территорий. Владеть навыками оценки эффективности коммуникационной деятельности в сфере продвижения территорий.
ПК-5. Способен определять способы и порядок осуществления коммуникационных проектов и мероприятий	ПК-5.1 Использует методы, применяемые в проектной деятельности для осуществления коммуникационных проектов и мероприятий	Знать основные категории и этапы PR проектирования в сфере продвижения территорий Уметь разрабатывать и осуществлять PR проекты, используя методы проектной деятельности Владеть навыками разработки и осуществления PR проектов в сфере

		продвижения территорий
	ПК-5.2 Разрабатывает и обосновывает способы и порядок достижения целей коммуникационных проектов	Знать основные показатели достижения целей проекта в сфере продвижения территорий. Уметь разрабатывать цели PR проекта и способы их достижения в сфере продвижения территорий. Владеть методами достижения целей PR проекта в сфере продвижения территорий.
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг и контроль выполнения плана коммуникационных проектов и мероприятий	Знать основные методы оценки развития коммуникационных проектов и мероприятий в сфере продвижения территорий. Уметь осуществлять мониторинг и контроль в рамках реализации PR проекта в сфере продвижения территорий. Владеть методами применяемыми в проектной деятельности для контроля реализации PR проектов в сфере продвижения территорий.
ПК-7. Способен осуществлять контроль и оценку коммуникационной деятельности компании	ПК-7.1. Применяет знания по регулированию коммуникационной деятельности компании в рамках корпоративных стандартов, регламентов и иных нормативных актов.	Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные нормативные акты по регулированию коммуникационной деятельности в сфере продвижения территорий. Уметь анализировать коммуникационную деятельность компании в сфере продвижения территорий. Владеть навыками регулирования коммуникационной деятельности в сфере продвижения территорий, руководствуясь корпоративными стандартами, регламентами и иными нормативными актами.
	ПК-7.2 Разрабатывает критерии оценки эффективности коммуникационной деятельности компании	Знать принципы разработки критериев оценки эффективности коммуникационной деятельности в сфере продвижения территорий. Уметь разрабатывать критерии оценки эффективности коммуникационной деятельности компании в сфере продвижения территорий. Владеть методами оценки эффективности коммуникационной деятельности в сфере продвижения территорий.
	ПК-7.3. Составляет аналитические отчеты, проводит презентацию результатов	Знать особенности составления аналитических отчетов коммуникационной деятельности в сфере продвижения территорий.

	коммуникационной деятельности компании	Уметь подготавливать и проводить презентации результатов коммуникационной деятельности в сфере продвижения территорий. Владеть навыками составления отчетов и проведения презентаций коммуникационной деятельности в сфере продвижения территорий.
--	----------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 ак. часов, 4 зачетные единицы.

Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Объем дисциплины	Всего часов
	Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	56
в том числе:	
лекции	28
практические занятия	28
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	88
в том числе:	
курсовая работа	
контрольная работа	
Вид промежуточной аттестации	Экзамен

4.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр 7	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции	индикаторы достижений
			Лекции	Семинар	Лаборатор.			
1	Тема 1. Понятие, основные подходы и факторы развития регионов	7	4	4	10	Доклады, сообщения	ПК-2 ПК-7	ПК-2.1, ПК-7.1 ПК-7.3
2	Тема 2. Муниципальные программы и проекты развития	7	4	4	10	Доклады, сообщения, задания	ПК-2 ПК-5 ПК-7	ПК-2.1, ПК-2.2 ПК-2.3, ПК-5.1 ПК-7.1.ПК-7.3

	регионов							
3	Тема 3. Значение символики и нейминга в развитии территорий	7	4	4	10	Доклады, сообщения, задания	ПК-2 ПК-5 ПК-7	ПК-2.1, ПК-2.2 ПК-2.3, ПК-5.1 ПК-5.2, ПК-7.1.
4	Тема 4. Основные методы развития регионов средствами рекламы и PR	7	4	4	8	Доклады, сообщения, задания	ПК-2 ПК-5 ПК-7	ПК-2.1, ПК-2.2 ПК-2.3, ПК-5.1 ПК-5.2, ПК-5.3 ПК-7.2, ПК-7.3
5	Тема 5. Формирование имиджа города средствами рекламы и PR	7	4	4	8	Доклады, сообщения, задания	ПК-2 ПК-5 ПК-7	ПК-2.1, ПК-2.2 ПК-2.3, ПК-5.1 ПК-5.2, ПК-7.2
6	Тема 6. Брендинг территорий	7	4	4	10	Доклады, сообщения, задания	ПК-2 ПК-5 ПК-7	ПК-2.1, ПК-2.2 ПК-2.3, ПК-5.1 ПК-5.2, ПК-5.3 ПК-7.2, ПК-7.3
7	Тема 7. Эффективность коммуникационных методов. Международный опыт развития территорий	7	4	4	10	Доклады, сообщения, задания	ПК-2 ПК-5 ПК-7	ПК-2.1, ПК-2.2 ПК-2.3, ПК-5.1 ПК-5.2, ПК-5.3 ПК-7.2, ПК-7.3
	итого		28	28	66			

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие, основные подходы и факторы развития регионов

Принципы районирования и классификация регионов России. Социальное, экономическое, историческое и природное своеобразие территорий. Понятие, сущность, основные задачи развития территорий. Главные компоненты устойчивого развития территорий. Теории и практики стратегического управления развитием территорий.

Природопользование как центральное звено концепции устойчивого развития территории. Качество жизни как интегральный критерий устойчивого социально-экономического развития территорий.

Тема 2. Муниципальные программы и проекты развития регионов

Современные урбанистические проблемы. Муниципальные политики, программы, проекты: принципы, содержание и организационные форматы. Технологии управления социальными изменениями. Роль органов власти разных уровней в управлении территорией. Конкуренция регионов и межрегиональное сотрудничество.

Тема 3. Значение символики и нейминга в развитии территорий

Позиционирование территории. Официальные символы территории: название, герб, флаг, гимн территории, банкноты и монеты (для страны). Позитивные/негативные названия территорий. Историческое наименование территорий. Ренейминг территорий в различные периоды развития России. Экономическое и социально-культурное значение ренейминга.

Геральдика. Геральдические традиции. Традиционные государственные знаки. Геральдическая символика регионов. Узнаваемость регионов.

Тема 4. Основные методы развития регионов средствами рекламы и PR

Понятие конкурентоспособность территории (города) и региона. Формирование конкурентоспособности территории и региона. SWOT- анализ региона.

Реклама и PR как нематериальные факторы развития региона. Функции рекламы в развитии региона: информационная, социальная, маркетинговая, экономическая. Средства рекламы. Организация рекламной деятельности на уровне региона. Задачи PR деятельности в регионе. PR стратегии развития региона.

Тема 5. Формирование имиджа города средствами рекламы и PR

Территория как объект имиджирования. Задачи имиджирования территории. Репутационный капитал территории. Качество информационной работы с целевыми группами потребителей (федеральные органы, инвесторы, туристы).

Средства рекламы и PR как инструменты воспитания любви к территории (городу), заботе об экологии, организации территориального (городского) правопорядка. Инструменты создания эффективного имиджа территории: герб, гимн, разработка рекламного сообщения (слогана), имиджевая позиция; визуальный символ, основные заставки (виды территории); события и действия.

Тема 6. Брендинг территорий

Брендинг территории: понятие, основные виды (локальный, национальный, мультинациональный). Цель брендинга территории. Шестиугольник Саймона Анхольта. Процесс брендинга территории. Исследование в области брендинга: внутреннее и внешнее. Модель территориального бренда.

Создание и развитие территориального бренда как проект. Обеспеченность ресурсами. Лояльность населения.

Тема 7. Эффективность коммуникационных методов. Международный опыт развития территорий.

Позиционирование уникальности территории. Узнаваемость территории. Повышение лояльности населения. Демографическое выравнивание.

Развитие сельских территорий. Развитие «умных» городов. Туризм. Инвестиционная привлекательность территорий. Международные мероприятия (спортивные, культурные, экономические)

4.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ темы	Наименование практических занятий	Всего часов	
1	Социальное, экономическое, историческое и природное своеобразие территорий. Качество жизни в регионах	4	
2	Современные урбанистические проблемы. Решение важных проблем региона	4	
3	Экономическое и социально-культурное значение ренейминга. Геральдическая символика регионов.	4	
4	Формирование конкурентоспособности территории. SWOT- анализ региона. Реклама и PR в развитии региона.	4	
5	Репутационный капитал территории. Средства рекламы и PR как инструменты воздействия на население территории	4	
6	Процесс брендинга территории. Модель территориального бренда.	4	
7	Демографическое выравнивание в регионах. Российский и международный опыт развития регионов	4	
Итого часов		28	

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

Для эффективного освоения курса дисциплины и сформированности заявленных компетенций, темы дисциплины сопровождаются методическими материалами (конспект лекций, методические указания по самостоятельной работе, практикум, др. учебные и методические материалы), которые размещены в электронном виде на кафедре ИТУВГСБ и на платформе moodle.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Учет успеваемости обучающегося по дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале.

Максимальное количество баллов по дисциплине за один семестр – 100:

максимальное количество баллов за выполнение всех видов текущего контроля - 70;

максимальное количество баллов за посещение лекционных занятий - 10;

максимальное количество баллов за прохождение промежуточной аттестации - 20;

максимальное количество дополнительных баллов - 10

6.1. Текущий контроль

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине.

6.2. Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен.

Форма проведения экзамена –устный опрос по билетам

Планируемые результаты обучения: формирование компетенций: ПК-2, ПК-5, ПК-7.

Примерные вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине

ПК-2.1, ПК-7.1, ПК-7.3

1. Принципы районирования и классификация регионов России.
2. Понятие, сущность, основные задачи развития территорий.
3. Основные компоненты устойчивого развития территорий.
4. Стратегия управления развитием территорий.
5. Природопользование как центральное звено концепции устойчивого развития территории.
6. Качество жизни как интегральный критерий устойчивого социально-экономического развития территорий.
7. Современные проблемы урбанистики.
8. Муниципальные политики, программы, проекты: принципы, содержание и организационные форматы.
9. Технологии управления социальными изменениями.
10. Роль органов власти разных уровней в управлении территорией.
11. Конкуренция регионов и межрегиональное сотрудничество.

ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-5.1, ПК-7.1. ПК-7.3

12. Позиционирование территории.
13. Официальные символы территории.
14. Историческое наименование территорий.
15. Ренейминг территорий в различные периоды развития России.
16. Экономическое и социально-культурное значение ренейминга.
17. Геральдика. Геральдические традиции.
18. Традиционные государственные знаки.
19. Геральдическая символика регионов. Узнаваемость регионов.

20. Территория как объект имиджирования. Задачи имиджирования территории.
21. Репутационный капитал территории.
22. Качество информационной работы с целевыми группами потребителей (федеральные органы, инвесторы, туристы).

ПК-2.1, ПК-2.2 ПК-2.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3, ПК-7.2, ПК-7.3

23. Инструменты создания имиджа территории.
24. Брендинг территории: понятие, основные виды.
25. Цель брендинга территории.
26. Шестиугольник Саймона Анхольта.
27. Процесс брендинга территории.
28. Исследование в области брендинга: внутреннее и внешнее.
29. Модели территориального бренда.
30. Создание и развитие территориального бренда как проект.
31. Обеспеченность ресурсами. Лояльность населения.
32. Эффективность коммуникационных методов.
33. Позиционирование уникальности территории.
34. Узнаваемость территории. Повышение лояльности населения.
35. Демографическое выравнивание.
36. Развитие сельских территорий.
37. Развитие «умных» городов.
38. Туризм как инструмент развития территорий.
39. Инвестиционная привлекательность территорий.
40. Международные мероприятия (спортивные, культурные, экономические).

6.3. Балльно-рейтинговая система оценивания

Распределение баллов по видам учебной работы

Вид учебной работы, за которую ставятся баллы	Баллы
Посещение лекционных занятий	10
Практические задания	60
Доклады	10
Промежуточная аттестация	20
ИТОГО	100

Распределение дополнительных баллов

Дополнительные баллы (баллы, которые могут быть добавлены до 100)	Баллы
Участие в конференции	10
ИТОГО	10

Минимальное количество баллов для допуска до промежуточной аттестации составляет 40 баллов при условии выполнения всех видов текущего контроля.

Балльная шкала итоговой оценки на экзамене

Оценка	Баллы
Отлично	80 -100
Хорошо	65-79
Удовлетворительно	40-64
Неудовлетворительно	0-39

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации ко всем видам аудиторных занятий, а также методические рекомендации по организации самостоятельной работы, в том числе по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации представлены в Методических рекомендациях для обучающихся по освоению дисциплины «Реклама и PR технологии в развитии регионов».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва :Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425190>
2. Симагин, Ю. А. Экономическая география и прикладное регионоведение России : учебник для академического бакалавриата / Ю. А. Симагин, А. В. Обыграйкин, В. Д. Карасаева ; под редакцией Ю. А. Симагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 411 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-534-04551-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432794>
3. Территориальный маркетинг: теория и практика : учебник / Т.В. Сачук. — Москва :ИНФРА-М, 2019. — 583 с. — (Высшее образование:Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24423. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/document?id=341789>

б) Дополнительная литература:

1. Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2.
2. Связи с общественностью (публик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - Москва : ИЦ РИОР, 2009. - 192 с.: 70x100 1/32. -

(Карманное учебное пособие). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-00534-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/193225>

3. Государственное и муниципальное управление с использованием информационных технологий / В.В. Иванов, А.Н. Коробова. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 383 с.: 70x100 1/16. - (Национальные проекты). (переплет) ISBN 978-5-16-004281-7 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/456438>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

windows 7 48130165 21.02.2011
office 2010 49671955 01.02.2012

Нормативно-правовые акты:

1. Основы государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года.

2. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ. **Последняя редакция от 09.03.2021**

3. **Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (Редакция от 30.04.2021).**

Интернет-ресурсы:

Для подготовки к практическим и семинарским занятиям, а также самостоятельной работы студенты могут использовать специализированные информационные сайты и профессиональные СМИ (Интернет-ресурсы):

Библиотека электронная: <https://znaniyum.com>

Юрайт. Образовательная платформа: <https://urait.ru/>

Развитие регионов: <http://rusregions.top/>

Сайт министерства экономического развития Российской Федерации: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie

www.Advertology.ru - портал «О рекламе и маркетинге»;

www.reklamist.com - «Энциклопедия Рекламных Знаний»;

www.adme.ru интернет-портал «Креативная реклама»

<http://www.sostav.ru/> - интернет-портал о маркетинге и рекламе.

Стратегия и управление.ru <https://strategplann.ru/>

Перечень информационных справочных систем

1. <http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс

2. <http://www.garant.ru/> - Гарант

Перечень профессиональных баз данных

1. Электронно-библиотечная система eLibrary;
2. База данных Web of Science
3. База данных Scopus

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук),

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

11. Возможность применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.