

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 ЭКОЛОГИИ

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**

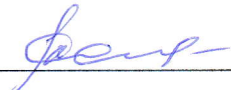
Квалификация:

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с
общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю

Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением

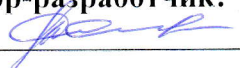
Учебно-методического совета

 29 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

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и компетенций в сфере решения проблем экологии путем формирования экологического сознания и просвещения населения посредством рекламных и PR технологий.

Задачи дисциплины:

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Реклама и PR технологии в экологии» 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».

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

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.

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)

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 для решения экологических проблем. Уметь планировать коммуникационные программы для решения экологических проблем Владеть эффективными способами планирования коммуникационных программ для решения экологических проблем.
	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 экологии. Владеть навыками разработки коммуникационных проектов в сфере экологии.
	ПК-2.3. Осуществляет мониторинг и актуализацию стратегических и антикризисных коммуникаций компании	Знать особенности осуществления мониторинга коммуникационной деятельности в сфере экологии Уметь осуществлять актуализацию коммуникационной деятельности в сфере экологии Владеть навыками оценки эффективности коммуникационной деятельности в сфере экологии
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 экологии Уметь разрабатывать и осуществлять PR проекты, используя методы проектной деятельности Владеть навыками разработки и осуществления PR проектов в сфере экологии
	ПК-5.2 Разрабатывает и обосновывает способы и порядок достижения целей коммуникационных проектов	Знать основные показатели достижения целей проекта Уметь разрабатывать цели PR проекта и способы их достижения Владеть методами достижения целей PR проекта
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг и контроль выполнения плана коммуникационных	Знать основные методы оценки развития коммуникационных проектов и мероприятий Уметь осуществлять мониторинг и

	проектов и мероприятий	контроль в рамках реализации PR проекта Владеть методами применяемыми в проектной деятельности для контроля реализации PR проектов
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 экологии. Уметь анализировать коммуникационную деятельность компании в сфере экологии Владеть навыками регулирования коммуникационной деятельности в сфере экологии 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 экологии Уметь разрабатывать критерии оценки эффективности коммуникационной деятельности компании в сфере экологии Владеть методами оценки эффективности коммуникационной деятельности в сфере экологии.
	ПК-7.3. Составляет аналитические отчеты, проводит презентацию результатов коммуникационной деятельности компании	Знать особенности составления аналитических отчетов коммуникационной деятельности в сфере экологии. Уметь подготавливать и проводить презентации результатов коммуникационной деятельности в сфере экологии. Владеть навыками составления отчетов и проведения презентаций коммуникационной деятельности в сфере экологии

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 трудоёмкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателями (по видам аудиторных	56

учебных занятий) – всего:	
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	Семинары	Самост.			
1	Тема 1. Глобальные экологические проблемы в современном мире	7	4	4	10	Доклады, сообщения	ПК-2 ПК-7	ПК-2.1, ПК-7.1 ПК-7.3
2	Тема 2. Исторические аспекты организации рекламы и PR-деятельности в экологической сфере	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
3	Тема 3. Функции и принципы рекламы и PR-деятельности в экологической сфере	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. Социальная реклама в экологической сфере и ее психолого-педагогические характеристики	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. Средства и каналы 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. Основные направления направления организации PR-деятельности в экологической сфере	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. Роль новых медиа в решении экологических проблем	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. Глобальные экологические проблемы в современном мире

Общенациональные проблемы экологии. Факторы, способствующие появлению и прогрессированию глобальных экологических проблем. Проблемы разнообразия в животном и растительном мире - исчезновение видов. Уничтожение лесных массивов. Загрязнение воды, почвы, атмосферы. Разрушение озонового слоя. Проблема свалок. Решение экологических проблем в России. Решение экологических проблем в мире. Парижское соглашение по климату.

Тема 2. Исторические аспекты организации рекламы и PR-деятельности в экологической сфере

Взаимодействие властных структур, бизнеса и общественности в решении экологической проблематики. Взаимодействие природоохранных организаций с государством и общественностью посредством PR технологий. Неправительственные общественные организации как инициаторы развития экологического PR в России. Экологический PR по субъектам взаимодействия: неправительственные общественные организации, власть, бизнес, обществом в целом. Профильные PR-агентства.

Законодательство в экологической сфере.

Тема 3. Функции и принципы рекламы и PR-деятельности в экологической сфере

Основные функции и направления рекламной деятельности. Принципы рекламной деятельности в сфере экологии. Область и задачи профессиональной деятельности копирайтеров в сфере экологии. Специфика художественного творчества рекламы в сфере экологии. Основные критерии качества и действенности рекламного проекта.

Тема 4. Социальная реклама в экологической сфере и ее психолого-педагогические характеристики

Формы и способы воздействия рекламы на массовое сознание. Социальная реклама как современный образ социально одобряемого и социально неодобряемого действия. Пропаганда общезначимых социальных ценностей: экологические проблемы и пути их решения. Многообразие и оригинальность форм социальной рекламы. Основные психологические феномены рекламного воздействия: убеждение, внушение, заражение, подражание. Учет особенностей человеческого сознания при создании рекламного продукта. Формирование экологического сознания средствами рекламы. Государственная поддержка социальной рекламы в сфере экологии.

Тема 5. Средства и каналы рекламы и PR

Классификация средств. Преимущество и недостатки каналов распространения рекламы в сфере экологии. Виды рекламодателей. Покупка рекламной площади и эфирного времени.

Требования и подходы к разработке медиаплана для рекламной кампании в сфере экологии. Выбор медианосителей.

Взаимодействие PR и СМИ в осуществлении экологических проектов. Экологический PR как антикризисная технология.

Этика и эстетика рекламного и PR обращения в сфере экологии.

Тема 6. Основные направления организации PR-деятельности в экологической сфере

Привлечение внимания к проблемам экологии PR-средствами. Специфика связей с общественностью в экологической сфере. PR-технологии в привлечении инвестиций. Обзор фондов и организаций, занимающихся благотворительностью.

Проведение фандрайзинговой кампании: структура, требования. Разбор конкретных кампаний.

Тема 7. Роль новых медиа в решении экологических проблем

Преимущества новых медиа: массовость, доступность, высокая информативность, актуальность, узнаваемость. Технологии и форматы

социальных сетей. Социальные сети как эффективные платформы для анализа медиааудитории. Мониторинг по выявлению экологических нарушений через соцсети. Использование блогов и других непрофессиональных мультимедийных ресурсов как источников информации. Инструменты интернет-PR и блогов как эффективное средство в борьбе с экологическими преступлениями. Краудсорсинг в урегулировании природных и экологических катастроф.

4.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ темы	Наименование практических занятий	Всего часов	
1	Экологические движения. Организации и законодательство в сфере экологии. Взаимодействие государств в решении экологических проблем.	4	
2	Развитие экологической деятельности в России. Законодательство в экологической сфере.	4	
3	Тексты и художественные образы в экологических кампаниях. Эффективность экологических кампаний.	4	
4	Государственные социальные рекламные кампании в сфере экологии.	4	
5	Экологический PR в решении актуальных вопросов экологии. Этика и эстетика рекламного и PR обращения в сфере экологии.	4	
6	PR-технологии в привлечении инвестиций в экологические проекты.	4	
7	Экологические проекты в социальных сетях. Краудсорсинг в урегулировании природных и экологических катастроф.	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 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. Общенациональные проблемы экологии.
2. Факторы, способствующие появлению и прогрессированию глобальных экологических проблем.
3. Решение экологических проблем в России.
4. Решение экологических проблем в мире. Парижское соглашение по климату.
5. Бюджетирование коммуникационных проектов в сфере экологии.
6. Профильные PR-агентства.
7. Законодательство в экологической сфере.

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

8. Равномерность информационно-коммуникационного воздействия на представителей целевой аудитории.
9. Взаимодействие властных структур, бизнеса и общественности в решении экологической проблематики.
10. Взаимодействие природоохранных организаций с государством и общественностью посредством PR технологий.

11. Неправительственные общественные организации как инициаторы развития экологического PR в России.
12. Экологический PR по субъектам взаимодействия: неправительственные общественные организации, власть, бизнес, обществом в целом.
13. Принципы рекламной деятельности в сфере экологии.
14. Область и задачи профессиональной деятельности копирайтеров в сфере экологии.
15. Специфика художественного творчества рекламы в сфере экологии.
16. Формы и способы воздействия рекламы на массовое сознание.

ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-7.1.

17. Основные функции и направления рекламной деятельности
18. Социальная реклама как современный образ социально одобряемого и социально неодобряемого действия.
19. Пропаганда общезначимых социальных ценностей: экологические проблемы и пути их решения.
20. Формирование экологического сознания средствами рекламы.

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

21. Формы социальной рекламы.
22. Психологические формы рекламного воздействия: убеждение, внушение, заражение, подражание.
23. Учет особенностей человеческого сознания при создании рекламного продукта.
24. Государственная поддержка социальной рекламы в сфере экологии.
25. Преимущество и недостатки каналов распространения рекламы в сфере экологии.
26. Виды рекламодателей. Покупка рекламной площади и эфирного времени.
27. Требования и подходы к разработке медиаплана для рекламной кампании в сфере экологии.
28. Выбор медианосителей.
29. Взаимодействие PR и СМИ в осуществлении экологических проектов.
30. Экологический PR как антикризисная технология.
31. Этика и эстетика рекламного и PR обращения в сфере экологии.
32. Методы привлечения внимания к проблемам экологии PR средствами.
33. Специфика связей с общественностью в экологической сфере.
34. PR-технологии в привлечении инвестиций в экологические проекты.
35. Характеристика фондов и организаций, занимающихся благотворительностью (на примере).
36. Проведение фандрайзинговой кампании: структура, требования (на примере).
37. Технологии и форматы социальных сетей.
38. Социальные сети как эффективные платформы для анализа медиааудитории.
39. Мониторинг по выявлению экологических нарушений через соцсети.
40. Использование блогов и других непрофессиональных мультимедийных ресурсов как источников информации.
41. Инструменты интернет-PR и блогов как эффективное средство в борьбе с экологическими преступлениями.

42. Краудсорсинг в урегулировании природных и экологических катастроф.
43. Особенности разработки рекламных продуктов для экологического проекта.
44. Экологические проекты в России.

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 экологии».

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. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва :Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. — (Бакалавр и

магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433656>

3. Бринкман, Э. Физические проблемы экологии: Учебное пособие / Бринкман Э., Калашников А.Д. - Долгопрудный: Интеллект, 2012. - 288 с. ISBN 978-5-91559-099-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/365084>

б) Дополнительная литература:

1. Современные проблемы экологии и природопользования [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / авторы-составители Т.Г. Зеленская, И.О. Лысенко, Е.Е. Степаненко, С.В. Окрут; Ставропольский гос. аграрный ун-т. - Ставрополь, 2013. - 124 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/514687>
2. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/document?id=7465>
3. Социально ориентированные некоммерческие организации: Учебное пособие / Холостова Е.И. - М.: Дашков и К, 2017. - 181 с. ISBN 978-5-394-02776-5 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937241>

в) программное обеспечение:

1. windows 7 48130165 21.02.2011
2. office 2010 49671955 01.02.2012

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 10.01.2002 N 7-ФЗ "Об охране окружающей среды" (редакция от 02.07.2021)
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://znanium.com>

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

Сайт Росприроднадзор: <https://rpn.gov.ru/documents/legal/federal/>

Кодексы и законы: <https://www.zakonrf.info/content/zakonodatelstvo/po-ohrane-okruzhayuschey-stredy/>

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.

Краудсорсинг-проект «Время природы» <https://moscowseasons.com/news/startoval-kraudsorsing-proekt-vremia-prirody/>

Национальный проект «Экология» <https://ecologyofrussia.ru/proekt/>

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. Базаданных 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.