

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра инновационных технологий управления в государственной
сфере и бизнесе

Рабочая программа по дисциплине

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования по направлению подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

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

Квалификация:

Бакалавр

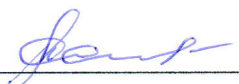
Форма обучения

Очная

Согласовано

Руководитель ОПОП

«Реклама и связи с общественностью»

 **Фейлинг Т.Б.**

Утверждаю

Председатель УМС  **И.И. Палкин**

Рекомендована решением

Учебно-методического совета

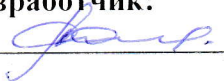
24 06 2021 г., протокол № 9

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 освоения дисциплины

Цель дисциплины является овладения студентами коммуникативной компетенции, формированию представления о роли и месте массовой информации в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью.

Основные задачи дисциплины:

- познакомить студентов с основными теориями и концепциями, относящимися к сфере информации, коммуникации и формированию общественного мнения;
- познакомить с жанрами СМИ;
- сформировать навыки информационной поддержки СМИ (пресс-конференции, брифинги, презентации, информационные бюллетени, анонсы информационных агентств, сообщения электронной почты);
- показать роль и место массовой информации в системе современной коммуникации и в практике связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к обязательной части ОПОП, обеспечивающей подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается в третьем семестре (2 –ой курс), объем дисциплины – 144 ак. часа.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Деловые коммуникации», «Психология», «Культурология», «Введение в профессиональную деятельность», относящиеся к обязательной части ОПОП.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для изучения дисциплины "Теория и практика массовой информации" представлены в рамках предшествующих дисциплин. Так, обучающийся должен знать основные этапы развития рекламы и связей с общественностью как отрасли знания и профессии, роли, функции и задачи специалиста по связям с общественностью в современной организации, уметь ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций.

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

Знания, полученные при изучении дисциплины «Теория и практика массовой информации» используются в дальнейшем при изучении дисциплин ОПОП, в Профессионально-творческой и Преддипломной практиках, а также для подготовки ВКР.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК 2 (ОПК-2.2), ПК-6 (ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3)

Таблица формируемых компетенций

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2 Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. Уметь разрабатывать критерии оценки основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. Владеть методами оценки основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ПК-6 Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов	ПК-6.1 Применяет знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий	Знать особенности управления массовой информацией при разработке коммуникационных проектов и мероприятий. Уметь применять знания по управлению массовой информацией при разработке коммуникационных проектов и мероприятий. Владеть навыками управления массовой информацией при разработке коммуникационных проектов и мероприятий.
	ПК-6.2 При разработке коммуникационных проектов использует типовые алгоритмы проведения рекламных и PR кампаний	Знать особенности структуры медиарынка для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий. Уметь использовать структуру медиарынка для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий. Владеть навыками разработки коммуникационных кампаний и мероприятий, используя медиаресурсы

	ПК-6.3 Осуществляет отбор современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов	Знать современные информационно-коммуникационные технологии, технические средства, рынок медийных средств. Уметь использовать в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии, технические средства, рынок медийных средств. Владеть навыками разработки коммуникационных кампаний используя современные информационно-коммуникационные технологии, технические средства, рынок медийных средств
--	--	---

4. Структура и содержание дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 4 з. ед., 144 ак. часов

Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоёмкость 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

Раздел и тема дисциплины	Семестр 3	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций
		Лекции	Семинар Лаборат. Проектная работа	Самост. работа			
Тема 1. Понятие массовой	3	2	2	13	Тесты, доклады	ПК-6	ПК-6.1

информации.							
Тема 2. Виды информации, ее общественные функции	3	4	4	13	Тесты, задания, доклады	ОПК-2 ПК-6	ОПК-2.2 ПК-6.2 ПК-6.3
Тема 3. СМИ как фактор развития социума. История развития масс-медиа	3	4	4	13	Тесты, задания, доклады	ОПК-2 ПК-6	ОПК-2.2 ПК-6.1
Тема 4. Информационное общество и СМИ	3	2	2		задания, доклады	ОПК-2 ПК-6	ОПК-2.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
Тема 5. Правовые и этические аспекты регулирования деятельности СМИ	3	2	2	13	Тесты, задания, доклады	ОПК-2 ПК-6	ОПК-2.2 ПК-6.1
Тема 6. Современная журналистика. Информационная безопасность общества и личности	3	4	4	13	Тесты, задания, доклады	ОПК-2 ПК-6	ОПК-2.2 ПК-6.1 ПК-6.2
Тема 7. Правовая культура и компетенция журналиста. Внеправовое регулирование журналистской деятельности. Авторское право	3	6	6	13	Тесты, задания, доклады	ОПК-2 ПК-6	ОПК-2.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
Тема 8. Понятие жанра в журналистике	3	4	4	10	Тесты, задания, доклады	ОПК-2 ПК-6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
ИТОГО	3	28	28	88	экзамен		

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие массовой информации

Теории массовой информации - междисциплинарный подход. Многосторонность предмета теории массовой информации. Понятие коммуникации, классификация и особенности. Понятие информации. Средства массовой информации: типология, особенности. История зарождения средств массовой информации. Место и роль массовой информации, СМИ в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с

общественностью. Система СМИ: понятие, структура и этапы развития. Общие вопросы теории и практики СМИ, содержание основных понятий современной науки и журналистики. Представление о взаимодействии теоретических и прикладных аспектов функционирования СМИ. Образцы отечественной и зарубежной прессы, написание журналистских текстов. Предпосылки и основные этапы формирования СМИ. Задачи журналистской деятельности.

Тема 2. Виды информации, ее общественные функции

Массовая коммуникация. Уникальные свойства массовой коммуникации. Факторы отбора информации массовой аудиторией. Потенциал аудитории как массового рынка. Отбор информации аудиторией. Аудитория как объект и субъект медиа-коммуникации.

Информационно-коммуникативные процессы в истории человеческого общества. Основные функции языка: коммуникативная; познавательная (когнитивная), с помощью языка происходит в значительной степени познание, изучение окружающего мира; эмоциональная. СМИ как целенаправленный механизм формирования общественного мнения.

Уровни речевой культуры. Нормы: лексические, орфоэпические (фонетические), грамматические — словообразовательные, морфологические, синтаксические.

Потребности развития экономических отношений, налаживания системы их информационного обеспечения. Виды международной коммуникации.

Тема 3. СМИ как фактор развития социума. История развития масс-медиа

Социальная информация. Пресса как инструмент воздействия на общественное сознание. Пресса и интересы политических сил. Журналистика как инструмент идеологического воздействия партий. Внимание прессы к персоналиям. Влияние современных отношений и маркетинговых стратегий издательств на типологию изданий в зависимости от фактора адресата. Влияние научно-технического прогресса на развитие современной прессы и ее речевой облик. Электронные средства массовой информации и их специфика по отношению к традиционным СМИ.

Основные формы становления национальных систем периодической печати зарубежных стран. Особенности формирования типов массового и качественного издания в различных государствах Европы. Процессы монополизации, концентрации, интернационализации прессы.

Основные общественно-политические факторы и их влияние на развитие журналистики. Политико-экономические факторы; Национально-культурные

факторы. Процессы формирования и развития мирового информационного сообщества.

Тема 4. Информационное общество и СМИ

Понятие информационное общество. Концепция интерактивного общества. Информация как основной ресурс. Переход от постмодерна к информационному обществу. Этапы формирования информационного общества. Новый информационный порядок. Новые задачи и функции СМИ в эпоху информационного общества. Процесс становления информационного общества. Дигитализация и конвергенция информационного общества. Роль СМИ в глобализации и демассификации информационного общества. Интернет в современном информационном обществе.

Тема 5. Правовые и этические аспекты регулирования деятельности СМИ

Конституционная база законодательства о СМИ. Действие международных правовых норм в российской журналистике. Закон РФ «О средствах массовой информации». Правовое регулирование отношений СМИ с обществом и государством, учредителями и издателями, источниками информации, потребителями журналистской продукции. Регулирование политических и экономических отношений журналистики. Федеральное и региональное законодательство о СМИ.

Вопросы государственного регулирования. Информационная политика государства. Принцип свободы печати. Документационное обеспечение.

Тема 6. Современная журналистика. Информационная безопасность общества и личности

Современные технологические процессы информационной деятельности: производство, сбор, переработка, хранение, передача, воспроизведение и использование информации в печатных СМИ. Виды информационных технологий. Законодательство о праве на информацию в России, проблемы доступа к информации в Законе и практике СМИ.

Проблема информирования населения о деятельности органов власти и управления.

Тема 7. Правовая культура и компетенция журналиста. Внеправовое регулирование журналистской деятельности. Авторское право

Правовая культура как элемент профессиональной квалификации журналиста, типичные нарушения законодательства со стороны журналистов (злоупотребление свободой средств массовой информации) и формы ущемления свободы массовой информации. Право на информацию. Сходство и различие права и этики; этические принципы и нормы в журналистике; журналистские этические кодексы.

Проблемы, связанные со свободой доступа к информации журналистов, с правовой охраной личной тайны в СМИ, защитой гражданина и общества от ложной и недобросовестной информации.

Баланс интересов личности, общества и государства.

Мотивация поведения в процессе трудовой деятельности.

Тема 8. Понятие жанра в журналистике

Функции журналистики и журналистского текста. Теория и методика журналистского творчества.

Система жанров журналистики.

Жанр – дискретная часть журналистского творчества. Общность структурно-композиционных и стилистических признаков. Трансформация в зависимости от исторических условий. Влияние проблематики на выбор жанра произведения. Критерии разделения журналистских произведений на жанры. Синтез как важнейшая тенденция жанрообразования. Социокультурные предпосылки жанрового синтеза. Журналистская практика как основа зарождения и формирования газетно-журнальных жанров. Жанр - обобщенная типизированная форма журналистских выступлений и способ отражения действительности. Жанровые новации современной прессы. Фиксация жанровых моделей. Характер жанрового взаимодействия. Отличие журналистских жанров от художественных и научных. Признаки жанра.

4.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Всего часов
Тема 1. Понятие массовой информации.	Общественный характер информации. Развитие прессы в странах Европы и России. Пресса как инструмент воздействия на общественное сознание	2
Тема 2. Виды информации, ее	Электронные средства массовой информации	4

общественные функции	Традиционные средства информации. Характеристика. Тенденции развития. Манипулятивный характер СМИ.	
Тема 3. СМИ как фактор развития социума. История развития масс-медиа	Зарубежная периодическая печать в XIX в.: общая характеристика Журналистика стран Европы Журналистика США Этический кодекс журналиста	4
Тема 4. Информационное общество и СМИ	СМИ как лучший способ адаптации человека в обществе. СМИ как пути преодоления фрустрации и диссонанса. Табуированные темы в СМИ.	2
Тема 5. Правовые и этические аспекты регулирования деятельности СМИ	Информационная политика государства, конкретного СМИ. Информационные агентства, пресс-службы, пресс-центры и структура связей с общественностью. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности	2
Тема 6. Современная журналистика. Информационная безопасность общества и личности	«Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» о национальных интересах государства в сфере информации. Информационная безопасность в сфере СМИ. Информационная политика государства, конкретного СМИ. Место и роль массовой информации в общественно-политической жизни России. Социальная и журналистская информация.	4
Тема 7. Правовая культура и компетенция журналиста. Внеправовое регулирование журналистской деятельности. Авторское право	Направления и формы сотрудничества отделов по связям с общественностью с редакционными коллективами. Массовый человек и массовое поведение.	6
Тема 8. Понятие жанра в журналистике	Составление пресс-релиза. Сообщения для прессы, недельных программ для средств информации. Особенности работы спичрайтера, пресс-секретаря	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.

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 в третьем семестре; форма проведения экзамена – устный опрос по билетам

Планируемые результаты обучения: формирование компетенций: ОПК 2; ПК-6.

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

Планируемые результаты обучения: формирование компетенций: ОПК-2, ПК-6.

Общая характеристика законодательных актов, определяющих статус и деятельность средств массовой информации

ПК-6.1

1. Теории массовой информации. Междисциплинарный подход.
2. Средства массовой информации: типология, особенности.

3. История зарождения средств массовой информации.
4. Место и роль массовой информации, СМИ в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
5. Система СМИ: понятие, структура и этапы развития.
6. Предпосылки и основные этапы формирования СМИ.
7. Задачи журналистской деятельности.

ОПК-2.2, ПК-6.2 , ПК-6.3

8. Понятие массовой коммуникации. Свойства массовой коммуникации.
9. Аудитория как объект и субъект медиа-коммуникации. Отбор информации аудиторией.
10. Информационно-коммуникативные процессы в истории человеческого общества.
11. Основные функции языка

ОПК-2.2, ПК-6.1

12. Социальная информация.
13. Механизмы воздействия прессы на общественное сознание.
14. Влияние научно-технического прогресса на развитие современной прессы
15. Электронные средства массовой информации и их специфика
16. Особенности процессов монополизации, концентрации, интернационализации прессы.
17. Основные общественно-политические факторы и их влияние на развитие журналистики.
18. Процессы формирования и развития мирового информационного сообщества.

ОПК-2.2, ПК-6.1, ПК-6.2, ПК-6.3

19. Понятие «информационное общество». Этапы формирования информационного общества.
20. Новый информационный порядок. Новые задачи и функции СМИ в эпоху информационного общества.
21. Процесс становления информационного общества.
22. Дигитализация и конвергенция информационного общества.
23. Роль СМИ в глобализации и демассификации информационного общества.
24. Интернет в современном информационном обществе.

ОПК-2.2, ПК-6.1

25. Конституционная база законодательства о СМИ.

26. Действие международных правовых норм в российской журналистике. Закон РФ «О средствах массовой информации».
27. Правовое регулирование отношений СМИ с обществом и государством.
28. Регулирование политических и экономических отношений журналистики.
29. Государственное регулирование СМИ.
30. Информационная политика государства.

ОПК-2.2, ПК-6.1, ПК-6.2

31. Принцип свободы печати.
32. Конституционная база законодательства о СМИ.
33. Современные технологические процессы информационной деятельности.
34. Виды информационных технологий.
35. Законодательство о праве на информацию в России, проблемы доступа к информации в Законе и практике СМИ.
36. Проблема информирования населения о деятельности органов власти и управления.

ОПК-2.2, ПК-6.1, ПК-6.2, ПК-6.3

37. Правовая культура как элемент профессиональной квалификации журналиста,
38. Нарушения законодательства со стороны журналистов (злоупотребление свободой средств массовой информации) и формы ущемления свободы массовой информации.
39. Право на информацию.
40. Этические принципы и нормы в журналистике; журналистские этические кодексы.
41. Правовая охрана личной тайны в СМИ.
42. Защитой гражданина и общества от ложной и недобросовестной информации.

ПК-6.1, ПК-6.2

43. Функции журналистики и журналистского текста.
44. Система жанров журналистики.
45. Влияние проблематики на выбор жанра произведения.
46. Критерии разделения журналистских произведений на жанры.
47. Журналистская практика как основа зарождения и формирования газетно-журнальных жанров.
48. Жанровые новации современной прессы. Фиксация жанровых моделей.

49. Отличие журналистских жанров от художественных и научных.
Признаки жанра.
50. Роль массовой информации в воспроизводстве культуры.

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 «Теория и практика массовой информации».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

а) основная литература:

1. Марков А. А. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006505-2. Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368021>.

2. Киселев А. Г. Теория и практика массовой информации: Общество - СМИ - власть: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Киселев А.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с.: 60х90 1/16 . - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-238-01742-6. Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883125>.

б) дополнительная литература

1. Шарков Ф. И., Силкин В. В. Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник / Шарков Ф.И., Силкин В.В. - М.:Дашков и К, 2017. - 160 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-394-02671-3. Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937258>.

2. Набокова, Л. С. Теория и практика массовой информации: Учебное пособие / Набокова Л.С., Ноздренко Е.А., Набоков И.А. - Краснояр.:СФУ, 2016. - 242 с.: ISBN 978-5-7638-3413-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967842>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Перечень программного обеспечения

windows 7 48130165 21.02.2011

office 2010 49671955 01.02.2012

windows 7 61031016; Office 2007 лиц 42048251;

Интернет-ресурсы:

1. Международный журнал. Медиа. Информация. Коммуникация.
<http://mic.org.ru/>

2. Электронная библиотека ЭБС «Znanium» (<http://znanium.com/>)

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

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 аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов.

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

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практических занятий) - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Аудитория для самостоятельной работы - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

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.