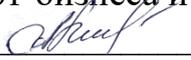


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 23.09.2022 08:47:30
Уникальный программный ключ:
1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec87d71fc

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой
арт-бизнеса и рекламы
 А.В. Кудинова
06 июня 2022 г. Пр № 13.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.08 Визуальные коммуникации в арт-бизнесе и рекламе

Направления подготовки (профиль): 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (Арт-бизнес и реклама)

Форма обучения – очная, заочная

Краснодар
2022

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации, по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (№ 532 от 08.06.2017).

Рецензенты:

Доктор филологических наук,
профессор кафедры электронных
средств
массовой информации и новых медиа
факультета журналистики
Кубанского государственного
университета

Е.Г. Сомова

Кандидат культурологии, доцент
кафедры социально-культурной
деятельности Краснодарского
государственного института
культуры

Л.Н. Кондратьева

Составитель: А.Ю. Куликов, кандидат философских наук, доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса, и рекламы 06 июня 2022 г., протокол №13.

Рабочая программа учебной дисциплины «Визуальные коммуникации в арт-бизнесе и рекламе» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 26 августа 2022 г., протокол № 11.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4-5
4. Структура и содержание дисциплины	5-6
4.1. Структура дисциплины:	5-6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	6-9
5. Образовательные технологии	9
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	9-13
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	14-15
7.1. Основная литература	14
7.2. Дополнительная литература	14
7.3. Периодические издания	14
7.4. Интернет-ресурсы	15
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	15
7.6. Программное обеспечение	15
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	15
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	16

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины

– усвоение базовых знаний о типологии и структуре визуальных коммуникаций, использование их в процессе учебного проектирования, иное применение навыков, полученных в результате освоения дисциплины

Задачи дисциплины:

- дать определения и наметить классификацию визуальным коммуникациям;
- ознакомить учащихся с системами визуальных коммуникаций в рекламе и средствами их создания;
- раскрыть специфические формообразующие, информационные и художественные возможности визуальных коммуникационных систем;
- совершенствовать проектные решения с применением полученных в ходе дисциплины навыков на различных стадиях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)». Теоретические знания, полученные при изучении данной дисциплины взаимосвязаны с предметами: «Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе», «Информационные технологии в рекламе и арт-бизнесе», «Практика графического дизайна».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	Уметь	владеть
Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	Основы проектной деятельности и их особенности в арт-бизнесе и рекламе	Управлять разработкой и технологиями реализации арт-проектов и рекламных проектов	Владеть профессиональным и компетенциями предпринимательской и управленческой деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы

Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	Принципы управления прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы	Управлять прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы	Методологией и технологиями управления использованием результатов прикладных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы
--	--	--	---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Визуальные коммуникации в рекламе и арт-бизнесе	7	14	28	9	57	Практическое задание
	Итого:		14	28	9	57	108/3 Зачет с оценкой

По заочной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа).

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Теоретические основы визуальных коммуникаций	7	6	6		60	Зачет
2.	Визуальные коммуникации в арт-бизнесе и рекламе	8	6	6		60	Зачет с оценкой

	Итого:	12	12		60	144/4
--	--------	----	----	--	----	-------

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	
Раздел 1 Визуальные коммуникации в рекламе и арт-бизнесе. (7 семестр)			
Тема 1.1. Визуальные коммуникации в современном мире.	<u>Лекции:</u> Виды систем визуальных коммуникаций. Роль визуальных коммуникаций в системе современной цивилизации. Образный характер средств визуальной коммуникации. Дизайн городской среды, архитектура, дизайн интерьера, реклама	4	ПК-1; ПК-4.
	<u>Практические занятия:</u> превращение коммуникаций из вспомогательного компонента среды в основное средство ее декоративного и смыслового развития.	6	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение литературы по режиссуре и драматургии видео продуктов	12	
Тема 1.2. Особенности визуального восприятия среды человеком.	<u>Лекции:</u> Физиология зрения и визуальное восприятие окружающей среды. Восприятие и информационное взаимодействие. Перцептивные «стереотипы». Зрительные искажения.	4	ПК-1; ПК-4.
	<u>Практические занятия:</u> Восприятие собственных решений и стороннее восприятие: закономерности видения нового и привычного.	6	
	<u>Самостоятельная работа</u> Анализ визуальных материалов в современных информационных ресурсах	12	
Тема 1.3 Символика и семантика цвета, цветовых решений	<u>Лекции:</u> Значение цвета, законы цветового кодирования. Колористика как средство формообразования. Явление хроматической стереоскопии. Цвет и свойства объемно-пространственной формы. Цветовые предпочтения. Цветовая систематизация и гармонизация пространственных структур.	2	ПК-1; ПК-4.
	<u>Практические занятия:</u> Цвет в проектировании	6	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подбор и анализ разножанровых примеров. Работа с литературой.	12	

Тема 1.4 Методика и практика создания медиапродукции	<u>Практические:</u> Создание звуковой продукции к теле и радио программам. Компиляция видеоклипов. Создание звуковых дорожек к компьютерным играм.	2	ПК-1; ПК-4.
	<u>Практические занятия:</u> Оформление звуковых заставок и разбивок.	6	
	<u>Самостоятельная работа</u> Работа по монтажу и подбору музыки в рекламе, видеоклипе	11	
Тема 1.5 Средовая интерпретация визуальных. Создание концептуальной идеи	<u>Лекции:</u> Многозначная природа визуальных коммуникаций. Отражение коммуникативных аспектов. Соотношение знаков и образов. Определение проектных целей как основы проектирования.	2	ПК-1; ПК-4.
	<u>Практические занятия:</u> Выработка стратегии и тактики работы, плана, графика. Системное решение, базирующееся на комплексе проведенной аналитики.	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Работа над разработкой собственного проекта визуализации.	10	
Вид итогового контроля (зачет с оценкой)			
ВСЕГО:		108/3	

По заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	
Раздел 1 Теоретические основы визуальных коммуникаций в рекламе и арт-бизнесе. (7 семестр)			
Тема 1.1. Визуальные коммуникации в современном мире.	<u>Лекции:</u> Виды систем визуальных коммуникаций. Роль визуальных коммуникаций в системе современной цивилизации. Образный характер средств визуальной коммуникации. Дизайн городской среды, архитектура, дизайн интерьера, реклама	2	ПК-1; ПК-4.
	<u>Практические занятия:</u> превращение коммуникаций из вспомогательного компонента среды в основное средство ее декоративного и смыслового развития.	4	

	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение литературы по режиссуре и драматургии видео продуктов	30	
Тема 1.2. Особенности визуального восприятия среды человеком.	<u>Лекции:</u> Физиология зрения и визуальное восприятие окружающей среды. Восприятие и информационное взаимодействие. <u>Перцептивные «стереотипы».</u> Зрительные искажения.	4	ПК-1; ПК-4.
	<u>Практические занятия:</u> Восприятие собственных решений и стороннее восприятие: закономерности видения нового и привычного.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Анализ визуальных материалов в современных информационных ресурсах	30	
Раздел 2. Визуальные коммуникации в арт-бизнесе и рекламе (8 семестр)			
Тема 2.1 Символика и семантика цвета, цветовых решений	<u>Лекции:</u> Значение цвета, законы цветового кодирования. Колористика как средство формообразования. Явление хроматической стереоскопии. Цвет и свойства объемно-пространственной формы. Цветовые предпочтения. Цветовая систематизация и гармонизация пространственных структур.	2	ПК-1; ПК-4.
	<u>Практические занятия:</u> Цвет в проектировании	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подбор и анализ разножанровых примеров. Работа с литературой.	20	
Тема 2.2 Методика и практика создания медиапродукции	<u>Практические:</u> Создание звуковой продукции теле и радио программам. Компиляция видеоклипов. Создание звуковых дорожек к компьютерным играм.	2	ПК-1; ПК-4.
	<u>Практические занятия:</u> Оформление звуковых заставок и разбивок.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Работа по монтажу и подбору музыки в рекламе, видеоклипе	20	
Тема 2.3 Средовая интерпретация визуальных. Создание концептуальной идеи	<u>Лекции:</u> Многозначная природа визуальных коммуникаций. Отражение коммуникативных аспектов. Соотношение знаков и образов. Определение проектных целей как основы проектирования.	2	ПК-1; ПК-4.
	<u>Практические занятия:</u> Выработка стратегии и тактики работы, плана, графика. Системное решение, базирующееся на комплексе проведенной аналитики.	2	

	Самостоятельная работа Подготовка к защите собственного визуального проекта	20	
Вид итогового контроля (зачет с оценкой)			
		ВСЕГО:	144/4

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе обучения курсу «Визуальные коммуникации в арт-бизнесе и рекламе» применяются активные и интерактивные формы проведения занятий.

- Лекционные занятия: изложение теоретических положений курса, проиллюстрированные примерами из прикладной музыки.
- Практические занятия по созданию аудиовизуального продукта.
 - Самостоятельная работа с литературой по проблемам.
 - Просмотр видеоматериалов с их последующим анализом.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: тестирование, рефераты, презентации, разработка концепций.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)

1. Чтобы изображение точно соответствовало понятию «знака», структура его организации должна строго отвечать фундаментальным требованиям:

- а. автономности и различимости
- б. запоминаемости и визуальной активности
- в. креативности и эстетичности
- г. инновационности и фотогеничности

2. Знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предметов, явлений на которые он указывает, чаще всего в схематическом виде:

- а. индекс
- б. пиктограмма
- в. символ

г. Абстракт

3 Формальные, конструктивные, функциональные отношения между визуальными элементами системы представляют связь:

- а. логическую
- б. косвенную
- в. тектоническую
- г. Рациональную

4 Наука о знаках и коммуникативных знаковых системах, используемых в процессе общения:

- а. логистика
- б. ономастика
- в. семиотика
- г. Тектоника

5 Доминирующие образные характеристики этого знака можно перенести на словесные элементы логотипа:

- а. иконического знака
- б. абстрактного знака
- в. пиктографического знака

6 При формировании дресс-кода сотрудников проекта ключевым решением является:

- а. оптимизация затрат на администрирование
- б. уникальность образа сотрудников
- в. соответствие правилам международного бизнес-стиля
- г. соответствие визуальному стилю проекта

7 Визуальные коммуникации для психологической коррекции средствами искусства и творчества:

- а. пленэр
- б. арт-терапия
- в. клаузура
- г. креативная индустрия

8 Вид проектной деятельности, с помощью которой производится проверка практических навыков, обучающихся при решении дизайнерской задачи:

- а. скетчинг
- б. эскиз
- в. анаморфоза
- г. Клаузура

9 Наименование внешних цветовых особенностей колорита, характеристика «оптической» закономерности, произведения

- а. абстракция
- б. гамма
- в. лигатура
- г. Палитра

10 Наука адаптации графических стилей несущих форм под конкретного человека, его психологические особенности и потребности

- а. семиотика
- б. гештальт-психология
- в. психо-дизайн
- г. бихевиоризм

6.2.2. Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Специфика драматургии телевизионного рекламного ролика.
2. Идеино-тематическая основа – драматургический фундамент любого рекламного
3. сюжета.
4. Понятие образно-смыслового хода сценария видеорекламы.
5. Последовательность работы над сценарием рекламного видеоролика
6. (характеристика этапов).
7. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
8. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
9. Классическая музыка как объект цитирования в рекламе
10. Джазовый пласт как объект цитирования в рекламе
11. Рок-музыка как объект цитирования в рекламе
12. Песенный пласт (фольклор, песни советских композиторов) как объект цитирования в рекламе
13. Музыка немом кинематографа
14. Жанры музыкальных передач: тематика, стилистика, форма
15. Соотношение музыкального и визуального рядов в структурировании видеоклипа
16. Взаимосвязь жанровой специфики музыкального материала с композиционной стороной в видеоклипе.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Виды систем визуальных коммуникаций.
2. Роль визуальных коммуникаций в системе современной цивилизации.
3. Образный характер средств визуальной коммуникации.

4. Дизайн городской среды, архитектура, дизайн интерьера, реклама - превращение коммуникаций из вспомогательного компонента среды в основное средство ее декоративного и смыслового совершенствования.
5. Значение цвета, законы цветового кодирования.
6. Колористика как средство формообразования.
7. Цвет и свойства объемно-пространственной формы.
8. Цветовые предпочтения.
9. Цветовая систематизация и гармонизация пространственных структур.
10. Цвет в проектировании средовых объектов.
11. Значение материала в образно-художественном выявлении средового объекта.
12. Контрастное и нюансное решение поверхностей в проектировании как проявление индивидуального облика визуального ориентира.
13. Профессиональные и методологические подходы к проектированию визуальных коммуникаций, их различие и взаимосвязь.
14. Средовая интерпретация визуальных коммуникаций.
15. Многозначная природа визуальных коммуникаций. Отражение коммуникативных аспектов.
16. Соотношение знаков и образов.
лектронная система. Информационный дизайн в системе коммуникаций.
17. Физиология зрения и визуальная среда.
18. Восприятие и информационное взаимодействие.
19. Перцептивные «стереотипы».
20. Зрительные искажения.
21. Проблема образного восприятия в рекламе.
22. Восприятие собственных решений и стороннее восприятие: закономерности видения нового и привычного.
23. Информационное обеспечение визуальной коммуникации.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине(не предусмотрено)

6.2.6. Примерная тематика курсовых работ(не предусмотрено)

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература

1. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689> (дата обращения: 21.09.2022). – Библиогр.: с. 450-451. – ISBN 978-5-394-04366-6. – Текст

:электронный.

2. Кознов, Д. В. Основы визуального моделирования : учебное пособие / Д. В. Кознов. – Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ) : Бином. Лаборатория знаний, 2020. – 247 с. : табл., схем. – (Основы информационных технологий). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233310> (дата обращения: 21.09.2022). – ISBN 978-5-94774-823-9. – Текст : электронный.

3. Корякина, Г. М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий : [16+] / Г. М. Корякина, С. А. Бондарчук. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2022. – 93 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576869> (дата обращения: 21.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-88526-976-6. – Текст : электронный.

7.2. Дополнительная литература

1. Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - М. : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. - (Университетская библиотека Александра Погорельского). - ISBN 5-91129-037-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955> (27.04.2016).

2. Шустрова, О.И. Пространство медиа искусства / О.И. Шустрова. - СПб :Алетейя, 2013. - 132 с. - ISBN 978-5-91419-830-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138939> (27.04.2016).

3. Зенгин, С.С. Проекты и проектная деятельность в социокультурной сфере: учеб.пособие / С. С. Зенгин. - Краснодар : КГИК, 2016. - 171 с.

4. Медиа: введение : учебник / под ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : ил., табл. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00960-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (07.04.2016).

5. Кудинова, А.В. Современная визуальная культура: фотография, реклама, Интернет: учеб.пособие для бакалавров, обучающихся по направлению подгот. 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки / А. В. Кудинова. - Краснодар, 2016. - 152 с. - ISBN 978-5-94825-228-5

6. Назаров, М.М., Папантиму, М.А.. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации. – М.: Либроком. – 2015. – 212 с.

7.3. Периодические издания

1. Поиск форм визуальных коммуникационных

2. Анализ визуальных работ

7.4. Интернет-ресурсы

1. Образовательные ресурсы интернета <http://www.alleng.ru/edu/>
2. Портал «Гуманитарное образование»
<http://www.humanities.edu.ru/>
3. Федеральный портал «Российское образование»
<http://www.edu.ru/>
4. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
<http://fcior.edu.ru/>

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Творческие мультимедийные задания должны создаваться после тщательного анализа профессиональной мультимедийной продукции. В подборе тематики рекламных роликов, видеоклипов, звуковых заставок к телепередачам, компьютерным играм следует руководствоваться вкусовыми предпочтениями ассистента-стажера.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – Windows 10; пакет прикладных программ MSOffice 2017;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____;

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____ (должность)	_____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (дата)
_____ (должность)	_____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (дата)

Заведующий кафедрой

_____ (наименование кафедры)	_____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (дата)
---------------------------------	--------------------	-------------------	-----------------