

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой истории, культурологии и музееведения

Дата подписания: 24.05.2024 10:10:20

Уникальный программный ключ:


f44eef2bd05d36fb6ccbfd4c09b7b18c8392fed4

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

Факультет гуманитарного образования  
Кафедра истории, культурологии и музееведения

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой истории, культурологии  
и музееведения

 А.В. Кудинова  
«14» мая 2024 г. Пр. № 16.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДВ.02.01 Социальное проектирование в арт-бизнесе и рекламе**

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

Форма обучения – заочная

**Краснодар  
2024**

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:**

Профессор, д.э.н., генеральный директор ООО «Центр экономических исследований»

Горшенина Е.В.

Руководитель отдела маркетинга ГК «Город мастеров»

Морозова М.С.

**Составитель:** Терещенко Л.В., кандидат культурологии, доцент кафедры истории, культурологии и музееведения КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры истории, культурологии и музееведения 14 мая 2024 г., протокол № 16.

Рабочая программа учебной дисциплины «Социальное проектирование в арт-бизнесе и рекламе» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 23 мая 2024 г., протокол № 9.

## Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	С.4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	С. 4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	С. 4 -5
4. Структура и содержание и дисциплины	С.5-18
4.1. Структура дисциплины:	С.5 -6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	С.6-15
5. Образовательные технологии	С. 15
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	С.15-20
6.1. Контроль освоения дисциплины	С.15
6.2. Оценочные средства	С.15 - 20
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	С.20-30
7.1. Основная литература	С. 20
7.2. Дополнительная литература	С. 20-21
7.3. Периодические издания	С. 21
7.4. Интернет-ресурсы	С. 21
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	С. 21-27
7.6. Программное обеспечение	С. 27
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	С. 27
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	С. 28

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели освоения дисциплины:** является овладение студентами системой методологических, методических и аналитических знаний и проектных умений в области социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе, рынка социальных услуг, планирования и проведения рекламных кампаний в области социально-значимых проектов.

### Задачи:

- изучение основ социального проектирования, некоммерческого маркетинга социальных услуг и системы социально ориентированных коммуникаций;
- овладение студентами методологией и методикой анализа социальных процессов в рамках разработки, планирования и проведения социальных рекламных кампаний и социальных проектов в арт-бизнесе;
- выработку у студентов навыков и умений по созданию, позиционированию и реализации социальных проектов в арт-бизнесе и рекламе.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)». Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как: «Связи с общественностью», «Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе». Изучение дисциплины «Социальное проектирование в арт-бизнесе и рекламе» необходимо для последующего освоения знаний по дисциплинам: «Проектирование в арт-бизнесе и рекламе», «Социальный брендинг» и др. Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

## 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
Способность разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	Основы проектной деятельности и их особенности в реализации социально-значимых задач	управлять разработкой и технологиями реализации социальных арт- и рекламных продуктов	Навыками разработка социального арт- и рекламного продукта

Способен управлять разработкой, производством и продвижением арт-проектов и рекламных проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-3)	Знать методы и технологии управления разработкой, производством и продвижением социальных арт-проектов и социальных рекламных проектов	Разрабатывать стратегические и оперативные планы в области социальной проектной деятельности, управлять проектной деятельностью социально-значимой тематики	Навыками разработки и продвижения социальных арт- и рекламных проектов
---	--	---	--

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Структура дисциплины

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

#### *По заочной форме обучения*

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Социальное проектирование	4	6	6		96	
Итого: 108			6	6		96	Зачет с оценкой

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

#### *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	4

<u>4 семестр</u>	Социальная реклама		
<b>Тема 1.1.</b> <u>Понятие и методология социального проектирования</u>	<u>Лекция:</u> Цели и задачи дисциплины. Обзор основной учебной и дополнительной литературы. Виды работы. Формы контроля. Понятие социального проектирования.	0,5	<i>ПК-1</i> <i>ПК-3</i>
	<u>Практическое занятие.</u> Вопросы: 1.История социального проектирования в России 2. История социального проектирования за рубежом..	0,5	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы .Подготовка к обсуждению вопросов по данной теме семинара.	14	
<b>Тема 1.2</b> <u>Социальная активность и ответственность в рекламе и арт-бизнесе</u>	<u>Лекции:</u> Понятие социальной активности и социальной ответственности в арт-бизнесе и рекламе. Социальный контекст деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.	0,5	<i>ПК-1</i> <i>ПК-3</i>
	<u>Практическое занятие.</u> Анализ практического опыта социального проектирования в арт-бизнесе.	0,5	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы. Подготовка презентаций по теме занятия.	14	
<b>Тема 1.3</b> <u>Виды, цели и задачи социальных проектов.</u>	<u>Лекция:</u> Социальная акция, социальный проект, программа социального развития как формы реализации социальной ответственности. Виды социального проектирования. Цели социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе.	1	<i>ПК-1</i> <i>ПК-3</i>
	<u>Практическое занятие.</u> Анализ практического опыта социального проектирования в рекламе.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы .Подготовка презентаций по теме занятия.	14	
<b>Тема 1.4</b> <u>Этапы разработки и реализации социальных проектов</u>	<u>Лекции</u> Анализ ситуации или постановка социальной проблемы. Стратегическое планирование и ключевые направления социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе.	1	<i>ПК-1</i> <i>ПК-3</i>
	<u>Практическое занятие.</u> Разработка концепции социального проекта: анализ ситуации, формулирование целей и задач проекта, определение направлений необходимых исследований.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовительная работа к представлению концепции собственного проекта.	14	
<b>Тема 1.5</b> <u>Разработка концепции и планирование социального</u>	<u>Лекция:</u> Понятие первичных и вторичных, количественных и качественных исследований, используемых в социальном проектировании. Основные этапы исследования. Сравнительные исследования социальных проблем и целевых аудиторий.	1	<i>ПК-1</i> <i>ПК-3</i>

<u>проекта</u>	Мотивационный анализ; исследование средств массовой информации (медиаанализ). Понятие концепции социального проекта. Древо задач.		
	<u>Практические занятия</u> <u>Вопросы:</u> 1. Основные этапы исследования. 2. Типы целей социального проектирования 3. Исследование социальной проблемы. 4. Специфика социальных исследований в арт-бизнесе и рекламе 5. Исследование целевой аудитории проекта.	1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы. Подготовка к обсуждению вопросов по данной теме семинара .	14	
<b>Тема 1.6</b> <u>Технологии реализации и продвижения социальных проектов в арт-бизнесе и рекламе</u>	<u>Лекции:</u> Виды технологий реализации социального проекта. Стратегии продвижения социальных проектов в арт-бизнесе и рекламе.	1	<i>ПК-1 ПК-3</i>
	<u>Практические занятия:</u> Разработка концепции социального проекта. Написание брифа. Формирование плана-графика проекта.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Выполнение практического задания: написание концепции по плану, создание и оформление брифа.	13	
<b>Тема 1.7</b> <u>Специфика социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе.</u>	<u>Лекции:</u> Исследование специфики социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе. Понятие социальной эффективности проекта. Методы измерения эффективности социального проектирования.	1	<i>ПК-1 ПК-3</i>
	<u>Практические занятия:</u> Защита собственного проекта..	1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к защите социального проекта.	13	
Вид итогового контроля		<i>Зачет с оценкой</i>	
ВСЕГО:		108/3	

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Проблемное обучение, исследовательские методы в обучении, технологии креативного проектирования, мультимедийное сопровождение лекционного материала

## **6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **6.1. Контроль освоения дисциплины**

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

*Текущий контроль* успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос,
- творческое задание

*Промежуточный контроль* по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета с оценкой.

### **6.2. Оценочные средства**

#### **6.2.1. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля**

1. Дайте определение понятия «социальная активность».
2. Назовите виды социальной активности.
3. Дайте расшифровку определению «социально-ориентированный бизнес».
4. Назовите уровни корпоративной социальной ответственности.
5. Дайте определение «социальности» как качественной характеристики PR-коммуникаций.
6. Что такое социальные коммуникации?
7. Назовите универсальные принципы социальных PR-коммуникаций.
8. Определите соотношение понятийных позиций «социальный PR» и «PR в социальной сфере».
9. Приведите примеры известных субъектов социального PR.
10. Что такое социальный проект?
11. Назовите классификационные критерии видов социальных проектов.  
. Перечислите виды социальных проектов в зависимости от их преобладающей направленности.
12. В чем суть типизации социально-культурных проектных стратегий?



13. Каковы задачи социального PR-проектирования?
14. В чем суть деятельности АСИ (Агентства социальной информации)?
15. Назовите этапы разработки и реализации социального PR-проекта.
16. Что понимается под «проблематизацией» социального PR-проекта?
17. Что входит в понятие «концепция PR-проекта»?
18. Назовите основные модели выработки идеи социального PR-проекта.
19. Объясните суть модели разработки идеи проекта «цветок лотоса».
20. Назовите типы целей социального PR-проекта.
21. В чем заключаются основные принципы формулировки задач социального PR-проекта?
22. Каким образом выделяются целевые группы социальных PR-проектов?
23. Как формируется набор PR-технологий социального проекта?
24. Опишите структуру технологии реализации PR-проекта.
25. Назовите виды технологий реализации PR-проекта.
26. Приведите примеры технологий PR-воздействия на внешнюю и внутреннюю аудитории проекта.
27. Приведите примеры традиционных и современных PR-технологий.
28. Назовите основные online способы продвижения социального PR-проекта.
29. В чем специфика работы по продвижению PR-проекта в социальных сетях?
30. Назовите основные offline средства продвижения PR-проекта.
31. Перечислите виды специальных мероприятий.
32. Какие правила рекомендуется соблюдать при разработке социальной рекламы?

### **6.2.2. Тематика творческих заданий**

1. Разработка социального проекта выставки.

2. Разработка социального проекта арт-лекции
3. Разработка проекта социальной рекламной акции
4. Разработка социального рекламного проекта
5. Разработка социального проекта арт-медиации
6. Разработка проекта социальной рекламной кампании.

### **6.2.3. Вопросы к зачету по дисциплине**

Зачет проводится в форме защиты собственного проекта.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **7.1. Основная литература**

1. Социальная реклама : учебное пособие / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Вернадская, Т. А. Костылева [и др.] ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2020. – 272 с. : ил., табл. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685152> (дата обращения: 06.09.2022). – ISBN 978-5-238-01544-6. – Текст : электронный.
2. Мандель, Б. Р. Основы проектной деятельности: учебное пособие : [12+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 294 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=616196> (дата обращения: 06.09.2022). – ISBN 978-5-4499-2516-9. – DOI 10.23681/616196. – Текст : электронный.
3. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2021 – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684529> (дата обращения: 06.09.2022). – ISBN 978-5-238-01568-2. – Текст : электронный.
4. Пчелина, О. В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере : учебное пособие : [16+] / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2022. – 92 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461622> (дата обращения: 06.09.2022). – Библиогр.: с. 59-61. – ISBN 978-5-8158-1809-5. – Текст : электронный.

### **7.2.Дополнительная литература**

1. Шевчук, И. А. Социальное предпринимательство : учебное пособие : [16+] / И. А. Шевчук, Е. Л. Цай ; Севастопольский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова. – Севастополь : Севастопольский филиал РЭУ им. Г.В.

Плеханова, 2019. – 101 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611348> (дата обращения: 07.02.2022). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

2. Пендикова, И. Г. Архетип и символ в рекламе : учебное пособие / И. Г. Пендикова, Л. С. Ракитина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2020. – 303 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114725> (дата обращения: 06.09.2022). – ISBN 978-5-238-01423-4. – Текст : электронный.

### **7.3. Периодические издания**

1. Бренд-менеджмент
2. Индустрия рекламы
3. Рекламные идеи

### **7.4. Интернет-ресурсы**

1. Информационно-аналитическое агентство «Социальная реклама»  
//URL:<http://www.socreklama.ru/analytics/>
2. URL: <http://www.russbrand.ru>
3. URL: <http://www.eventmarket.ru>
4. URL: <http://www.advi.ru>
5. URL: <http://brand.report.ru/>
6. URL: <http://www.marketingacademy.ru/>
7. URL: <http://reklamate.ru/>
8. «Z&G. Branding» // URL: <http://www.zg-brand.ru>

### **7.5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов**

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление

плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;

- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

### **7.5 Программное обеспечение**

Компьютерный сетевой (Интернет) класс с установленными операционной системой AstraLinux, пакет прикладных программ Р7-Офис, справочно-правовыми системами Консультант Плюс, Гарант.

### **7.7. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха.
- с нарушениями зрения

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

## **8 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

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 и стриминговое оборудование.

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 (модуля)**

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)