**Автономная некоммерческая организация профессионального образования**

**«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**(АНО ПО «ПГТК»)**

****УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора

по учебно-методической работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Елькина З.Д.

«28» февраля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА   
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА**

**МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности**

для специальности

**42.02.01 «Реклама»**

(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

**Специалист по рекламе**

(базовая подготовка)

Форма обучения

**Очная**

Пермь 2020

Рабочая программа междисциплинарного курса «Правовое обеспечение рекламной деятельности» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510

Программа предназначена для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор – составитель: Зыкова С.С., старший преподаватель.

Рабочая программа междисциплинарного курса рассмотрена и одобрена на заседании кафедры правовых дисциплин, протокол, № 3 от «28» января 2020 г.

Рекомендована к утверждению педагогическим советом АНО ПО «ПГТК» (протокол от «21» февраля 2020 г. № 3).

# Оглавление

[1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА 3](#_Toc95729119)

[2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА 4](#_Toc95729120)

[3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА 10](#_Toc95729122)

[4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ   
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА 10](#_Toc95729123)

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

**1.1 Область применения программы**

Рабочая программа междисциплинарного курса МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

**1.2 Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена**

Междисциплинарный курс МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности входит в состав профессионального модуля ПМ 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и является междисциплинарным курсом в составе профессионального модуля.

**1.3 Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**

* проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
* анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
* проводить сегментирование рынка;
* принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

* задачи, цели и общие требования к рекламе;
* основные направления рекламной деятельности;
* виды рекламной деятельности;
* структуру рекламного рынка.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь **практический опыт в**:

* выявления требований целевых групп потребителей;
* разработки средств продвижения рекламного продукта;
* разработки маркетинговой части бизнес-плана.

**Общие компетенции (ОК):**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

**Профессиональные компетенции (ПК):**

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

# 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ междисциплинарного курса

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | 108 |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | 72 |
| в том числе: |  |
| лекционные занятия | 42 |
| практические занятия | 30 |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)** | 36 |
| **Промежуточная аттестация** в формедифференцированного зачета |  |

# 2.2. Тематический план и содержание междисциплинарного курса

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) | Объем часов | Осваемые компетенции |
| Тема 1. Правовое регулирование экономических отношений на примере предпринимательской деятельности | **Содержание учебного материала**  Понятие и признаки субъектов предпринимательской деятельности. Виды субъектов предпринимательского права. Формы собственности в РФ. Правовой статус индивидуального предпринимателя. Государственная регистрация Гражданская правоспособность и дееспособность. Понятие юридического лица, его признаки. Учредительные документы юридического лица. Организационно-правовые формы юридических лиц их классификация. | 4 | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |
| **Практические занятия**  Применение норм законодательства при решении правовых ситуаций в сфере предпринимательских отношений | 2 |
| **Самостоятельная работа**  Изучение материала лекций, источников и литературы. Подготовка к практическим занятиям. | 4 |
| Тема 2. Трудовые правоотношения | **Содержание учебного материала**  Общая характеристика законодательства РФ, о трудоустройстве и занятости населения. Государственные органы занятости населения, их права и обязанности. Понятие трудового договора, его значение. Понятие рабочего времени, его виды. Время отдыха. Виды отпусков и порядок их предоставления. Понятие и условия выплаты заработной платы. Дисциплинарная и материальная ответственность. Трудовые споры. | 4 | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |
| **Практические занятия**  Применение норм трудового законодательства при решении правовых ситуаций в сфере трудовых отношений. Составление трудового договора. | 4 |
| **Самостоятельная работа**  Изучение материала лекций, источников и литературы. Подготовка к практическим занятиям. | 4 |
| Тема 3. Административные правонарушения и административная ответственность | **Содержание учебного материала**  Понятие административной ответственности, ее цели, функции и признаки. Основания административной ответственности. Понятие и виды административных правонарушений.  Понятие и виды административных наказаний. | 4 | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |
| **Практические занятия**  Определение составов информационных правонарушений при решении ситуационных задач. | 2 |
| **Самостоятельная работа**  Изучение материала лекций, источников и литературы. Подготовка к практическим занятиям. | 2 |
| Тема 4. Правовое регулирование  рекламной информации | **Содержание учебного материала**  Понятие рекламного права. Принципы рекламного права. Функциями рекламного права. Предмет правового регулирования рекламной деятельности. Задачи и значение правового регулирования рекламной деятельности». Содержание учебного материала  Правовое понятие и признаки рекламной информации. Правовая классификация рекламной информации: на аудиторию, по территории распространения, по целевому назначению.  Общие и специальные требования к рекламе, закрепленные в рекламном  законодательстве.  Правовое государство и гражданское общество. Основные проблемы его  становления. | 4 | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |
| **Практические занятия**  Правовая характеристика рекламной информации. Тестирование по пройденным темам. Работа с законами, регламентирующими государственное управление в сфере массовой информации. Характеристика основных проблем становления правового государства и гражданского общества. | 4 |
| **Самостоятельная работа**  Составление перечня товаров, работ, услуг, которые нельзя рекламировать на территории Российской Федерации. Описание правовых требований, предъявляемых к наружной рекламе. Подготовка правовых характеристик рекламы на транспортных средствах. Составление кроссворда по заданным темам. | 6 |
| Тема 5 Субъекты рекламной деятельности | **Содержание учебного материала**  Правовой статус субъектов рекламной деятельности.  Рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители. Потребители рекламы, спонсоры. Антимонопольные органы. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности. Государственный контроль в сфере рекламы. | 4 | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |
| **Практические занятия**  Особенности правовых статусов субъектов рекламной деятельности. Работа с сайтом Федеральной антимонопольной службой России. | 2 |
| **Самостоятельная работа**  Анализ полномочий Федеральной антимонопольной службы на примере практических ситуаций. Составление кроссворда по заданным темам. Составление опорного конспекта на тему: «Этические вопросы рекламы». | 4 |
| Тема 6 Организация договорной работы в рекламной деятельности | **Содержание учебного материала**  Договоры в сфере рекламы. Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора. Порядок и значение хозяйственного договора. Форма хозяйственного договора. Договор купли-продажи. Договор поставки. Транспортные договоры. Договоры оказания возмездных услуг. Договоры о совместной деятельности. Организация договорной работы в организации. | 4 | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |
| **Практические занятия**  Работа по договорам оказания возмездных услуг. Работа с договором купли-продажи. | 4 |
| **Самостоятельная работа**  Заполнение договора купли-продажи, аренды и других хозяйственных договоров. Подготовка необходимых документов для оформления договора на передачу имущества во временное пользование. | 4 |
| Тема 7. Правила рекламирования отдельных видов товаров и услуг, предусмотренных в рекламном законодательстве | **Содержание учебного материала**  Реклама алкогольной продукции. Реклама пива. Реклама табачных изделий и курительных принадлежностей. Реклама лекарственных средств. Реклама биологически активных добавок, пищевых добавок, продуктов детского питания Реклама продукции военного назначения и оружия. Реклама товаров при дистанционном способе продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий. Особенности рекламы, основанной на риске игр, пари. Реклама финансовых услуг. Реклама ценных бумаг. Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением. Рекламные конструкции. | 4 | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |
| **Практические занятия**  Правовые требования для рекламы отдельных видов товаров и услуг. Разработка стимулирующего мероприятия, учитывая требования закона «О рекламе». | 2 |
| **Самостоятельная работа**  Описание специальных требований, предъявляемых к рекламе, защищающие несовершеннолетних от негативного воздействия рекламы. Составление сравнительной таблицы: «Требования к размещению отдельных видов рекламы». Подготовка материалов, содержащих нарушения закона «О рекламе», ст. 25. | 2 |
| Тема 8. Система российского информационного права | **Содержание учебного материала**  Конституционное право граждан на информацию. Свобода слова и право на информацию. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации». Закон РФ «О средствах массовой информации». Система государственного управления в сфере массовой информации. Федеральная государственная политика в отношении СМИ. Взаимоотношения законодательных исполнительных, судебных органов власти и средств массовой информации. Понятие авторского права. Классификация авторских прав. Использование произведения. Защита авторских и смежных прав. Права на распространение авторского произведения. Ответственность изготовителя и распространителя. Коммерческое распространение массовой информации. | 6 | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |
| **Практические занятия**  Работа с законами регламентирующими государственное управление в сфере массовой информации. Кейс «Понятие авторского права». | 4 |
| **Самостоятельная работа**  Составление опорного конспекта на тему: «Проблемы доступа к информации в законодательстве и практике СМИ». Обзор закона «О средствах массовой информации». | 4 |
| Тема 9. Правовые средства индивидуализации и товарных знаков в рекламе | **Содержание учебного материала**  Товарный знак в рекламе и его роль в позиционировании товаров. Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак. Процедура регистрации товарных знаков. Управление товарным знаком. Договоры на передачу товарных знаков. Брэндинг (бренд-менеджмент) товарных знаков. Способы защиты средств индивидуализации в РФ. | 4 | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |
| **Практические занятия**  Индивидуализация товаров, услуг в рекламной деятельности. Разработка ассоциативной платформы. Брендинг личности. Брендинг территории. Элементы комплексного образа бренда. | 4 |
| **Самостоятельная работа**  Эссе на тему: «Эффективность товарного знака на рекламном рынке». Составление схемы: «Виды товарных знаков в рекламе». Систематизация марочных ассоциаций. Составление опорного конспекта на тему: «Продвижение товаров и торговых марок». | 4 |
| Тема 10. Правовые процедуры рассмотрения и разрешения споров в рекламе | **Содержание учебного материала**  Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Порядок рассмотрения и разрешения споров в сфере рекламы. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции. Рассмотрение споров в сфере рекламы арбитражными судами. | 4 | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |
| **Практические занятия**  Процедуры разрешения споров о рекламе. Законодательство о рекламе. Анализ примеров нарушений общих требований к рекламе | 2 |
| **Самостоятельная работа**  Обзор ст. 11, 12 13 закона «О рекламе». Описание особенности рассмотрения дел об оспаривании предписаний антимонопольных органов. Составление опросного конспекта на тему: «Правовое регулирование отдельных видов рекламы: политической, социальной». Составление кроссворда по заданным темам. | 2 |
| **Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет** | |  | ОК1-ОК11  ПК3.1-ПК3.2 |

# 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ междисциплинарного курса

**3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Для реализации программы междисциплинарного курса должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет – экономики и менеджмента;

Посадочные места по количеству обучающихся;

Рабочее место преподавателя;

Необходимая для проведения практических занятий методическая и справочная литература (в т.ч. в электронном в виде);

Компьютерный класс, компьютеры с установленным ПО;

Мультимедийный проектор.

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе

**Основные источники:**

1. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учебное пособие / А. Б. Арзуманян. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2021. — 116 c. — ISBN 978-5-9275-3963-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121924.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Жмудь, В. А. Методы научных исследований : учебное пособие / В. А. Жмудь. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 344 c. — ISBN 978-5-4497-2363-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133157.html . — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/133157
3. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 c. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119290.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/119290

**Дополнительные источники**

1. Анализ и представление результатов эксперимента : учебно-методическое пособие / Н. С. Воронова, С. Г. Бежанов, С. А. Воронов [и др.]. — 2-е изд. — Москва : Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», 2023. — 122 c. — ISBN 978-5-7262-2912-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/132675.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Баширзаде, Р. Р. Маркетинг : учебное пособие / Р. Р. Баширзаде. — Саратов : Саратовский государственный технический университет, 2022. — 116 c. — ISBN 978-5-7433-3505-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122624.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/122624>
3. Васильев, Е. П. Интеллектуальный анализ данных в технологиях принятия решений : учебное пособие / Е. П. Васильев, В. И. Орешков. — Рязань : Рязанский государственный радиотехнический университет, 2023. — 180 c. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/134854.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Дятлов, А. В. Методы многомерного статистического анализа данных в социологии : учебник / А. В. Дятлов, П. Н. Лукичев. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2023. — 236 c. — ISBN 978-5-9275-4265-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/135652.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью : учебное пособие для СПО / О. В. Литвиненко. — Саратов : Профобразование, 2024. — 111 c. — ISBN 978-5-4488-1693-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133496.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/133496
6. Осина, О. Н. Этическое и правовое регулирование рекламы : учебно-методическое пособие / О. Н. Осина. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2023. — 96 c. — ISBN 978-5-7433-3552-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/131674.html— Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/131674
7. Петренко, Ю. В. Правовое регулирование маркетинговой деятельности : учебное пособие / Ю. В. Петренко, А. С. Неуструева. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 122 c. — ISBN 978-5-7937-1842-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118408.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/118408
8. Шамис, В. А. Маркетинг : практикум / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 78 c. — ISBN 978-5-4497-1817-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/124162.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/124162
9. Шамис, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 174 c. — ISBN 978-5-4497-1826-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/124747.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/124747

**Интернет:**

1. http://www.window.edu.ru - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. http://www.edu.ru - Российский портал открытого образования
3. http://www.advtime.ru - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.
4. http://www.advi.ru - Рекламные идеи. О брендинге и креативе.
5. http://www.sostav.ru - Состав. Реклама, маркетинг, PR.
6. http://www.adindex.ru Adindex. - Сайт о рекламе и маркетинге.
7. http://www.advertology.ru - Advertology. Наука о рекламе.
8. http://www.advesti.ru AdVesti. - Сайт, посвященный рекламодателям.
9. http://www.media-online.ru - Media-online. Все о рекламе.
10. http://www.rwr.ru - RWR. Реклама в России.
11. http://www.akarussia.ru - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
12. http://www.adme.ru - Сайт о рекламе.
13. http://www.reklamodatel.ru - Рекламные идеи - YES!": профессиональный журнал о рекламе и маркетинге.
14. http://www.es.ru. - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи.
15. https://socioline.ru/files/5/50/fedotova\_-\_sociologiya\_reklamnoy\_deyatelnosti.pdf - учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама»
16. https://www.marketing.spb.ru/lib-research/methods/collect\_and\_analysis.htm - энциклопедия маркетинга
17. https://www.vocabulary.ru - национальная энциклопедическая служба

# 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ междисциплинарного курса

**Контроль и оценка** результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Результаты обучения***  ***(освоенные умения, усвоенные знания)*** | ***Формы и методы контроля и оценки результатов обучения*** |
| В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**   * задачи, цели и общие требования к рекламе; * основные направления рекламной деятельности; * виды рекламной деятельности; * структуру рекламного рынка. | Текущий контроль:  индивидуальный и фронтальный опрос в ходе аудиторных занятий; оценка выполнения практических и индивидуальных заданий.  Наблюдение за выполнением практического задания  Оценка выполнения практического задания  Дифференцированный зачет |
| В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**   * проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; * анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; * проводить сегментирование рынка; * принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта. |
| В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь **практический опыт в**:   * выявления требований целевых групп потребителей; * разработки средств продвижения рекламного продукта; * разработки маркетинговой части бизнес-плана. |

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **п.п.** | **Содержание изменения** | **Дата,**  **номер протокола**  **заседания кафедры,**  **подпись**  **зав.кафедрой** |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Внесены изменения в пункт 3.2. Информационное обеспечение реализации программы 2021 году |  |
| 2 | Внесены изменения в пункт 3.2. Информационное обеспечение реализации программы 2022 году |  |
| 3 | Внесены изменения в пункт 3.2. Информационное обеспечение реализации программы 2023 году |  |
| 4 | Внесены изменения в пункт 3.2. Информационное обеспечение реализации программы 2024 году |  |