

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.03.2026 15:48:22
Уникальный программный ключ:
c379adf0ad4f91cbbf100b7fc3323cc41cc52545



Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»

Факультет менеджмента туризма
Кафедра гражданско-правовых дисциплин

Принято Ученым Советом
18 февраля 2026 г.
Протокол № 02-06-01

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор
В.Ю. Питюков
16 февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Правовое регулирование политической рекламы»

по направлению подготовки 41.03.04

Политология

профиль – «Правовое регулирование международных отношений»

квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Б1.УО0.03

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры
23 января 2026 г., протокол №5

Разработчик: Шаврина Т.,Н., старший преподаватель

Химки 2026

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у обучающихся компетенции ПК-1 средствами дисциплины «Правовое регулирование политической рекламы».

Задачи дисциплины: способствовать формированию у обучающихся способности применять нормативные правовые акты, реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности.

2. Перечень формируемых компетенций и индикаторов их достижения, соотнесенные с результатами обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, представленных в компетентностной карте дисциплины в соответствии с ФГОС ВО, компетентностной моделью выпускника, определенной вузом и представленной в ОПОП, и содержанием дисциплины (модуля):

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ПК-1 Способен применять нормативные правовые акты, реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности	ПК-1.1. Применяет нормативные правовые акты в профессиональной деятельности ПК-1.2. Реализует нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности	Знает нормы материального и процессуального права Умеет применять нормативные правовые акты в профессиональной деятельности Владеет навыками применения нормативных правовых актов и реализации норм материального и процессуального права в профессиональной деятельности

3. Место дисциплины в структуре ОПОП и этапы формирования компетенций

Дисциплина «Правовое регулирование политической рекламы» относится к дисциплинам по выбору части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений. Компетенции, формируемые дисциплиной «Правовое регулирование политической рекламы», также формируются и на других этапах в соответствии с учебным планом.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

4.1. Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	-
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	50	50	-

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	-
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	30	30	-
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	-	-	-
практические занятия (ЗСТ ПР)	16	16	-
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	2	-
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)	-	-	-
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	2	-
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе	58	58	-
СРуз - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям и курсовым проектам (работам)	56	56	-
СРпа - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	2	2	-
Форма промежуточной аттестации (зачет)	Зачет		
Общая трудоемкость дисциплины: часы	108	108	-
зачетные единицы	3	3	-

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов и тем дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Общие положения о рекламе в РФ	Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (далее – ФЗ о рекламе): цель и сфера применения закона, основные понятия: реклама, объект рекламирования, ненадлежащая реклама, рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребители рекламы, спонсор и др. Общие требования к рекламе: недобросовестная и недостоверная реклама; информация, которая побуждает к противоправным действиям и не допускается в рекламе и др. Срок действия рекламы и сроки хранения рекламных материалов. Способы распространения рекламных материалов. Государственный контроль в сфере рекламы.
2	Понятие «политическая реклама» и ее соотношение со	Понятие «политическая реклама», ее признаки, отличительные характеристики от «социальной рекламы». Неподчинение «политической рекламы» ФЗ о рекламе. Политический пиар, пропаганда, предвыборная агитация и

	смежными категориями	«политическая реклама»: соотношение понятий. Действующее законодательство РФ, регулирующие отношения в сфере политической рекламы, умение правильно применять нормы материального права при использовании политической рекламы. Актуальные проблемы правового регулирования политической рекламы. Необходимость принятия отдельного нового нормативного правового акта – закона о политической рекламе или внесения изменений в ФЗ о рекламе.
3	Содержание и способы распространения политической рекламы	Целевая аудитория, имидж кандидата (политика), методы политической рекламы, стиль и форма политической рекламы, этические требования, способы распространения политической рекламы и ее эффективность. Ограничения на политическую рекламу в РФ.
4	Ответственность за нарушение законодательства РФ в сфере политической рекламы	Контролирующие органы в сфере политической рекламы. Ответственность за нарушение законодательства РФ в сфере политической рекламы, навыки применения процессуального права при привлечении лица к юридической ответственности.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

5.2.1. Очная форма обучения

№	Наименование разделов и тем дисциплины	Формируемая компетенция	Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)				СРО	
				Итого	в том числе				
					ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)		ГК/ПА
1	Общие положения о рекламе в РФ	ПК-1		14	10	-	4	-	
2	Понятие «политическая реклама» и ее соотношение со смежными категориями	ПК-1		14	10	-	4	-	
3	Содержание и способы распространения политической рекламы	ПК-1		10	6	-	4	-	
4	Ответственность за нарушение законодательства РФ в сфере политической рекламы	ПК-1		8	4	-	4	-	
	Групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в	ПК-1		2	-	-	-	2	-

том числе индивидуальные консультации) (ГК)								
Форма промежуточной аттестации (зачет)	ПК-1		4	2	-	-	2	56
Всего часов		108	52	30	-	16	4	58

6. Контактная и самостоятельная работа обучающихся

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя: занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации).

Занятия лекционного типа проводятся в соответствии с объемом и содержанием, представленным в таблице раздела 5.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, содержание дисциплины (модуля) составлено на основе результатов научных исследований, проводимых РМАТ, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

6.1. Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)

Тема 1. Общие положения о рекламе в РФ

Цель занятия: Изучение общих положений о рекламе в РФ

Компетенции: **ПК-1** Способен применять нормативные правовые акты, реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности.

Тип занятия: семинар

Форма проведения: дискуссия, доклад (в форме презентации)

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (далее – ФЗ о рекламе): цель и сфера применения закона, основные понятия: реклама, объект рекламирования, ненадлежащая реклама, рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребители рекламы, спонсор и др. Общие требования к рекламе: недобросовестная и недостоверная реклама; информация, которая побуждает к противоправным действиям и не допускается в рекламе и др. Срок действия рекламы и сроки хранения рекламных материалов. Способы распространения рекламных материалов. Государственный контроль в сфере рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. Законодательство Российской Федерации о рекламе.
2. Общие требования к рекламе, основные понятия.

3. Объекты рекламирования, реклама которых не допускается.
4. Социальная реклама.
5. Сроки и способы хранения рекламных материалов.
6. Реклама в телепрограммах и телепередачах.
7. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах.
8. Реклама в периодических печатных изданиях.
9. Реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании.
10. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи.
11. Реклама и социальная реклама в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
12. Наружная реклама и установка рекламных конструкций.
13. Реклама на транспортных средствах и с их использованием.
14. Реклама на космических объектах.
15. Государственный контроль в сфере рекламы.

Представление *доклада в форме презентации* на тему:

1. История возникновения рекламы в мире.
2. История возникновения рекламы в России.
3. Особенности рекламы в ... (любой стране на выбор студента).

Тема 2. Понятие «политическая реклама» и ее соотношение со смежными категориями

Цель занятия: Изучение особенностей политической рекламы, ее отличия от социальной рекламы, политического пиара, пропаганды и предвыборной агитации.

Компетенции: **ПК-1** Способен применять нормативные правовые акты, реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности.

Тип занятия: семинар

Форма проведения: дискуссия, эссе

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: Понятие «политическая реклама», ее признаки, отличительные характеристики от «социальной рекламы». Неподчинение «политической рекламы» ФЗ о рекламе. Политический пиар, пропаганда, предвыборная агитация и «политическая реклама»: соотношение понятий. Действующее законодательство РФ, регулирующее отношения в сфере политической рекламы, умение правильно применять нормы материального права при использовании политической рекламы. Актуальные проблемы правового регулирования политической рекламы. Необходимость принятия отдельного нового нормативного правового акта – закона о политической рекламе или внесения изменений в ФЗ о рекламе.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и правовое регулирование социальной рекламы.
2. Понятие и правовое регулирование политического пиара.
3. Понятие и правовое регулирование пропаганды.
4. Понятие и правовое регулирование предвыборной агитации.
5. Понятие и правовое регулирование политической рекламы.
6. Применение норм материального права при использовании политической рекламы.
7. Актуальные проблемы правового регулирования политической рекламы и пути их решения.

Представление эссе на тему:

1. История развития политической рекламы.
2. Роль политической рекламы в современном обществе.
3. Влияние политической рекламы на формирование массового сознания.
4. Цели политической рекламы.

Тема 3. Содержание и способы распространения политической рекламы

Цель занятия: Изучение вопросов, связанных с содержанием политической рекламы, способами ее распространения и ограничениями в РФ.

Компетенции: ПК-1 Способен применять нормативные правовые акты, реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности.

Тип занятия: семинар

Форма проведения: дискуссия, групповой проект, доклады (в форме презентации)

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: Целевая аудитория, имидж кандидата (политика), методы политической рекламы, стиль и форма политической рекламы, этические требования, способы распространения политической рекламы и ее эффективность. Ограничения на политическую рекламу в РФ.

Вопросы для обсуждения:

1. Цель политической рекламы.
2. Объект политической рекламы.
3. Целевая аудитория политической рекламы.
4. Информация о предмете рекламы (кандидате, партии и пр.).
5. Функции политической рекламы.
6. Этические требования к политической рекламы.
7. Использование СМИ при распространении политической рекламы.
8. Средства наглядной агитации.
9. Цифровая политическая реклама.
10. Адресная рассылка политической рекламы.

Выполнение группового проекта на выявление сформированности умений применять нормы материального права при определении содержания и способов распространения политической рекламы в РФ.

Представление доклада в форме презентации на тему: «Законодательное регулирование политической рекламы в ... стране (по выбору студента)».

Тема 4. Ответственность за нарушение законодательства РФ в сфере политической рекламы

Цель занятия: Изучение мер юридической ответственности за нарушение законодательства РФ в сфере политической рекламы

Компетенции: ПК-1 Способен применять нормативные правовые акты, реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности.

Тип занятия: семинар

Форма проведения: дискуссия, групповой проект

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: Контролирующие органы в сфере политической рекламы. Ответственность за нарушение законодательства РФ в сфере политической рекламы, навыки применения процессуального права при привлечении лица к юридической ответственности.

Вопросы для обсуждения:

1. Контролирующие органы за нарушение материальных норм в сфере политической рекламы.
2. Виды юридической ответственности за нарушение законодательства РФ в сфере политической рекламы.
3. Порядок привлечения к административной ответственности.

Выполнение группового проекта на выявление сформированности умений применять процессуальные нормы при привлечении к административной ответственности.

6.2. Самостоятельная работа обучающихся

Тема 1. Общие положения о рекламе в РФ

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Законодательство Российской Федерации о рекламе.
2. Общие требования к рекламе, основные понятия.
3. Объекты рекламирования, реклама которых не допускается.
4. Социальная реклама.
5. Сроки и способы хранения рекламных материалов.
6. Реклама в телепрограммах и телепередачах.
7. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах.
8. Реклама в периодических печатных изданиях.
9. Реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании.
10. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи.
11. Реклама и социальная реклама в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
12. Наружная реклама и установка рекламных конструкций.
13. Реклама на транспортных средствах и с их использованием.
14. Реклама на космических объектах.
15. Государственный контроль в сфере рекламы.

Темы докладов в форме презентации:

1. История возникновения рекламы в мире.
2. История возникновения рекламы в России.
3. Особенности рекламы в ... (любой стране на выбор студента).

Тема 2. Понятие «политическая реклама» и ее соотношение со смежными категориями

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Понятие и правовое регулирование социальной рекламы.
2. Понятие и правовое регулирование политического пиара.
3. Понятие и правовое регулирование пропаганды.
4. Понятие и правовое регулирование предвыборной агитации.
5. Понятие и правовое регулирование политической рекламы.
6. Применение норм материального права при использовании политической рекламы.

7. Актуальные проблемы правового регулирования политической рекламы и пути их решения.

Подготовка эссе на тему:

1. История развития политической рекламы.
2. Роль политической рекламы в современном обществе.
3. Влияние политической рекламы на формирование массового сознания.
4. Цели политической рекламы.

Тема 3. Содержание и способы распространения политической рекламы

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Цель политической рекламы.
2. Объект политической рекламы.
3. Целевая аудитория политической рекламы.
4. Информация о предмете рекламы (кандидате, партии и пр.).
5. Функции политической рекламы.
6. Этические требования к политической рекламы.
7. Использование СМИ при распространении политической рекламы.
8. Средства наглядной агитации.
9. Цифровая политическая реклама.
10. Адресная рассылка политической рекламы.

Подготовка к выполнению группового проекта на выявление сформированности умений применять нормы материального права при определении содержания и способов распространения политической рекламы в РФ.

Темы докладов в форме презентации: «Законодательное регулирование политической рекламы в ... стране (по выбору студента)».

Тема 4. Ответственность за нарушение законодательства РФ в сфере политической рекламы

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для подготовки к дискуссии:

1. Контролирующие органы за нарушение материальных норм в сфере политической рекламы.
2. Виды юридической ответственности за нарушение законодательства РФ в сфере политической рекламы.
3. Порядок привлечения к административной ответственности.

Подготовка к выполнению группового проекта на выявление сформированности умений применять процессуальные нормы при привлечении к административной ответственности.

6.3. Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и подготовке к промежуточной аттестации

Методические рекомендации по самостоятельной работе составлены с целью оптимизации процесса освоения обучающимися учебного материала.

Самостоятельная работа обучающегося направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы и предполагает изучение литературных источников, выполнение домашних заданий и контрольных работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе материалов, публикуемых в интернете, а также реальных фактов, личных наблюдений.

Самостоятельная работа обучающегося над усвоением материала по дисциплине может выполняться в читальном зале РМАТ, специально отведенных для самостоятельной работы помещениях, посредством использования электронной библиотеки и ЭИОС РМАТ.

Содержание и количество самостоятельной работы обучающегося определяется учебным планом, методическими материалами и указаниями преподавателя.

Также самостоятельная работа включает подготовку и анализ материалов по темам пропущенных занятий.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время включает:

- работу с лекционным материалом, предусматривающую проработку конспекта лекций;
- изучение учебной и научной литературы;
- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, написание доклада, исследовательской работы по заданной проблеме;
- выполнение задания по пропущенной или плохо усвоенной теме;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовка к промежуточной аттестации.

В зависимости от выбранных видов самостоятельной работы студенты самостоятельно планируют время на их выполнение. Предлагается равномерно распределить изучение тем учебной дисциплины.

7. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине разработан в соответствии с Методическими рекомендациями и является составной частью ОПОП.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. Основная литература

1. *Тургаев А. С., Хренов А. Е.*, Политология: учебник и практикум для вузов / под редакцией А. С. Тургаева, А. Е. Хренова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 604 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16842-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587227>

2. *Федотова, Л. Н.* Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583268>

3. *Позднякова Е. А.*, Право интеллектуальной собственности : учебник для вузов / под общей редакцией Е. А. Поздняковой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство

Юрайт, 2026. — 377 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16576-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583224>

8.2. Дополнительная литература

1. *Жильцова, О. Н.* Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583815>

2. *Малько, А. В.* Политология для юристов : учебник и практикум для вузов / А. В. Малько, А. Ю. Саломатин, Е. В. Наквакина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9692-0869-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582552>

9. Обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

9.1. Обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp?amp&> - научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - это крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования.

2. <https://wciom.ru/> - открытая база данных ВЦИОМ-Навигатор содержит результаты более тысячи опросов с 1992 г. по настоящее время, и постоянно пополняется (для исследователей, ученых, преподавателей, студентов, практиков, работающих с общественным мнением).

3. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;

4. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science;

5. <https://www.sciencealert.com> - Science Alert является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. Science Alert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;

6. <https://sciencepublishinggroup.com> - Science Publishing Group электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

9.2. Обновляемые информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант». — URL: <http://www.garant.ru/>;

2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». — URL: <http://www.consultant.ru/>.

10. Обновляемый комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Microsoft Office. Интегрированный пакет прикладных программ;

2. Microsoft Windows;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

11. Электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС «Университетская библиотека Онлайн»;
2. ЭБС «Юрайт»;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Изучение дисциплины обеспечивается в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 41.03.04 Политология к материально-техническому обеспечению. Материально-техническое обеспечение необходимое для реализации дисциплины включает: учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием (специализированной мебелью- посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; шкафы, учебная доска, стенды) и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС РМАТ.

РМАТ обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в п.10 и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в п.8, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в п.9 и подлежит обновлению (при необходимости).