

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
научной работе

Лейфа А.В. Лейфа

« 1 » сентября 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

«ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы – Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2022

Форма обучения – Очная

Курс 4 Семестр 7

Зачет 7 сем

Общая трудоемкость дисциплины 108 (академ. час), 3.00 (з.е)

Составитель А.В. Блохинская, доцент, канд. филол. наук

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 № 512

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики

01.09.2022 г. , протокол № 1

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Иващенко Е.Г. Иващенко

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 1 » сентября 2022 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

формирование компетенций, необходимых специалисту по рекламе и связям с общественностью, основанных на соблюдении правовых норм в процессе профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- знакомство с основами конституционного, административного и гражданского права, регулирующими отношения в сфере рекламы и составляющими его нормативную базу;
- знакомство с правами и обязанностями субъектов рекламной деятельности;
- изучение специальных требований к отдельным видам рекламы и особенностей правового регулирования отдельных видов ее распространения;
- изучение специальных требований к рекламе отдельных товаров и услуг;
- знакомство с государственным регулированием и контролем в сфере рекламы;
- изучение основных форм ответственности в сфере рекламы;
- формирование умений применить знание законодательства в конкретной профессиональной ситуации;
- формирование юридической грамотности и гражданской ответственности в осуществлении будущей профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Данная дисциплина относится к дисциплинам обязательной части. Изучение данной дисциплины связано с дисциплинами «Основы экономических знаний», «Маркетинг в профессиональной деятельности», «Менеджмент в профессиональной деятельности», «Теория и практика медиакommunikации», «Межкультурная коммуникация», «Профессиональная этика», «Психология массовой коммуникации», с учебной практикой (профессионально-ознакомительной практикой).

Сформированность компетенций проверяется в рамках подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

| Категория (группа) общепрофессиональных компетенций | Код и наименования общепрофессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции |
|---|---|---|
| Медиакоммуникационная система | ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | ИД-1ОПК-5 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2ОПК-5 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| Эффекты | ОПК-7 Способен учитывать эффекты и | ИД-1ОПК-7 Знает цеховые принципы социальной |

| | | |
|--|--|---|
| | последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ИД-2ОПК-7 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом |
|--|--|---|

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3.00 зачетных единицы, 108 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

| 1 | 2 | 3 | 4 | | | | | | | | | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|----|---------|
| | | | 4.1 | 4.2 | 4.3 | 4.4 | 4.5 | 4.6 | 4.7 | 4.8 | 4.9 | | | |
| 1 | Реклама и рекламная деятельность. Реклама как объект правоотношений. | 7 | 4 | | | | | | | | | | 8 | Опрос |
| 2 | Виды рекламы, определяемые законодательством. Правовые особенности отдельных видов рекламы. | 7 | 4 | | 4 | | | | | | | | 14 | Задания |
| 3 | Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения. | 7 | 2 | | 4 | | | | | | | | 14 | Задания |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|--|------|-----------------|
| 4 | Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг. | 7 | 2 | | 4 | | | | | | | 12 | Задания |
| 5 | Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы. Ответственность за правонарушения в сфере рекламы. | 7 | 2 | | | | | | | | | 12 | Задания |
| 6 | Интеллектуальная собственность в сфере рекламы и ее охрана | 7 | 4 | | 4 | | | | | | | 13.8 | Задания Тест |
| 7 | Зачет | 7 | | | | | | | 0.2 | | | | |
| | Итого | | | 18.0 | 16.0 | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | | 73.8 | |

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Лекции

| № п/п | Наименование темы (раздела) | Содержание темы (раздела) |
|-------|---|---|
| 1 | Реклама и рекламная деятельность. Реклама как объект правоотношений. | Понятие, признаки и виды рекламы. Разграничение рекламы и смежных категорий. Общие требования, предъявляемые к рекламе. История развития рекламного права в России. Субъекты рекламных отношений. Договоры в рекламной деятельности. |
| 2 | Виды рекламы, определяемые законодательством. Правовые особенности отдельных видов рекламы. | Виды рекламы по российскому законодательству. Понятие ненадлежащей рекламы. Недобросовестная и недостоверная реклама. Правовое регулирование рекламы для несовершеннолетних. Правовое регулирование социальной рекламы. Правовое регулирование спонсорской рекламы. Правовое регулирование политической рекламы. |
| 3 | Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространение. | Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама в средствах массовой информации. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Правовое регулирование наружной рекламы. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием. |
| 4 | Специальные требования к | Правовое регулирование рекламы алкогольной |

| | | |
|---|--|--|
| | рекламе отдельных товаров и услуг. | продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе. Правовое регулирование рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей. Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения. Особенности регулирования рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания. Реклама продукции военного назначения и оружия. Особенности рекламы о проведении стимулирующих мероприятий. Реклама основанных на риске игр, пари. Правовое регулирование рекламы финансовых услуг и ценных бумаг. |
| 5 | Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы. Ответственность за правонарушения в сфере рекламы. | Органы государственной власти, осуществляющие контроль за соблюдением законодательства о рекламе. Саморегулирование в сфере рекламы. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Судебные органы в регулировании рекламной деятельности. |
| 6 | Интеллектуальная собственность в сфере рекламы и ее охрана | Объекты интеллектуальной собственности в рекламной деятельности. Правовая охрана объектов авторского права. Правовая охрана средств индивидуализации в рекламе. |

5.2. Практические занятия

| Наименование темы | Содержание темы |
|---|--|
| Виды рекламы, определяемые законодательством. Правовые особенности отдельных видов рекламы. | Виды рекламы по российскому законодательству, общие требования к ним. Правовое регулирование социальной рекламы. Правовое регулирование спонсорской рекламы. Правовое регулирование политической рекламы. Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью в период избирательной кампании |
| Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения. | Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама в средствах массовой информации. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Правовое регулирование наружной рекламы. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием |
| Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг. | Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе. Правовое регулирование рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей. Правовое регулирование рекламы |

| | |
|--|--|
| | лекар- ственных средств, медицинской техники, изделий медицинско- го назначения и медицинских услуг, в том числе методов лече- ния. Особенности регулирования рекламы биологически актив- ных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания. Реклама продукции военного назначения и оружия. Особенно- сти рекламы о проведении стимулирующих мероприятий. Ре-клама основанных на риске игр, пари. Правовое регулирование рекламы финансовых услуг и ценных бумаг. |
| | Объекты интеллектуальной собственности в рекламной деятельности. Правовая охрана объектов авторского права. Правовая охрана средств индивидуализации в рекламе. |

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

| № п/п | Наименование темы (раздела) | Содержание темы (раздела) | Трудоемкость в академических часах |
|-------|---|---|------------------------------------|
| 1 | Реклама и рекламная деятельность. Реклама как объект правоотношений. | Подготовка к опросу. Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. | 8 |
| 2 | Виды рекламы, определяемые законодательством. Правовые особенности отдельных видов рекламы. | Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. Выполнение заданий. | 14 |
| 3 | Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространение. | Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. Выполнение заданий. | 14 |
| 4 | Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг. | Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. Выполнение заданий. | 12 |
| 5 | Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы. Ответственность за правонарушения в сфере рекламы. | Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. Выполнение заданий. | 12 |
| 6 | Интеллектуальная собственность в | Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. | 13.8 |

| | | | |
|--|---------------------------|---|--|
| | сфере рекламы и ее охрана | Выполнение заданий. Подготовка к тесту | |
|--|---------------------------|---|--|

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках технологического подхода будут использованы следующие технологии:

- лекционно- семинарское обучение: информационная лекция, проблемная лекция; лекция-беседа, развернутая беседа, система семинарских докладов;
- обучение с помощью аудиовизуальных средств (мультимедиа);
- «рецензирование» выступлений студентами;
- информационные технологии (электронные учебные издания).

При освоении дисциплины на занятиях используется как односторонняя форма коммуникации - пассивный метод, так и многосторонний - активный метод в форме беседы, дискуссии, диалога.

Групповой и индивидуальный методы работы со студентами. Групповой метод обеспечивает участие в работе каждого студента и предполагает вариативность участия в работе студентов с различной степенью речевой активности и инициативности. Индивидуальный метод заключается в раскрытии личностных возможностей обучающихся: их качеств, уровня языковой подготовки, умения самостоятельно включаться в процесс общения, управлять ситуацией общения.

В ходе обучения по данной дисциплине применяются активные и интерактивные формы занятий с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. При проведении практических занятий в интерактивной форме обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, в принятии решений, лидерских качеств.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины: зачет.

Вопросы к зачету

1. Нормативные правовые акты, регулирующие рекламно-информационную деятельность в РФ, их система.
2. Понятие рекламы. Общие и специальные требования к рекламе.
3. Правовое регулирование социальной рекламы, рекламы для несовершеннолетних. Правовое регулирование спонсорской рекламы.
4. Правовое регулирование рекламы в радиопрограммах и радиопередачах, в телепрограммах и телепередачах, в периодических печатных изданиях, в кино и видеообслуживании.
5. Правовое регулирование рекламы, распространяемой по сетям электросвязи, в сети Интернет.
6. Реклама на транспортных средствах.
7. Наружная реклама. Особенности иных способов распространения рекламы.
8. Основные субъекты рекламной деятельности. Порядок взаимодействия.
9. Правовое регулирование политической рекламы. Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью в период избирательной кампании.
10. Договоры в сфере рекламы. Их содержание, порядок заключения, изменения и расторжения.
11. Система органов государственного управления, осуществляющих надзорноконтрольную деятельность в сфере рекламы и рекламной деятельности.
12. Понятие и значение саморегулирования в сфере рекламы.
13. Авторские права в сфере рекламы.
14. Способы соблюдения и защиты авторских прав при производстве, размещении и распространении рекламы, а также защита прав на иные результаты интеллектуальной деятельности.
15. Правовая охрана товарных знаков и знаков обслуживания, фирменных наименований, наименований мест происхождения товаров, коммерческих обозначений. Защита прав на средства индивидуализации.

16. Понятие и виды юридической ответственности в сфере рекламно-информационной деятельности.
19. Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг. Основные требования к рекламе алкогольной продукции, пива и табачных изделий. Реклама лекарственных средств и биодобавок, детского питания..
20. Реклама продукции военного назначения и оружия.
21. Особенности рекламы о проведении стимулирующих мероприятий. Реклама основанных на риске игр, пари.
22. Правовое регулирование рекламы финансовых услуг и ценных бумаг.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) литература

1. Информационное право : учебник для вузов / М. А. Федотов [и др.] ; под редакцией М. А. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 497 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10593-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// urait.ru/ bcode/489946](https://urait.ru/bcode/489946) (дата обращения: 02.04.2022).
- 2 Информационное право. Практикум : учебное пособие для вузов / Н. Н. Ковалева, Н. А. Жирнова, Ю. М. Тугушева, Е. В. Холодная ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12442-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496338> (дата обращения: 02.04.2022).
3. Предпринимательское право. Правовое регулирование отраслей финансового сектора : учебное пособие для вузов / Г. Ф. Ручкина [и др.] ; под редакцией Г. Ф. Ручкиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05099-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490392> (дата обращения: 02.04.2022)..
4. Щербак, Н. В. Право интеллектуальной собственности: общее учение. Авторское право и смежные права : учебное пособие для вузов / Н. В. Щербак. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 309 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10604-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495164> (дата обращения: 14.04.2022).
5. Щербак, Н. В. Право интеллектуальной собственности: общее учение. Авторское право и смежные права : учебное пособие для вузов / Н. В. Щербак. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 309 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10604-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495164> (дата обращения: 02.04.2022).
6. Позднякова, Е. А. Авторское право : учебник и практикум для вузов / Е. А. Позднякова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 238 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13638-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489337> (дата обращения: 02.04.2022.).
7. Самсонова, Л. В. Правовое регулирование рекламной деятельности : методический сборник / Л. В. Самсонова. — Москва : Российский новый университет, 2011. — 40 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/21298.html>
8. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» / Д. С. Бадалов, И. И. Василенкова, Н. Н. Карташов [и др.]. — Москва : Статут, 2012. — 463 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/28975.html>
9. Кайль, А. Н. Комментарий к Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (2-е издание переработанное и дополненное) / А. Н. Кайль, Н. М. Нарушева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 224 с. — Текст : электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/2606.html> (дата обращения: 02.04.2022).

10. Никулина, В. С. Правовая защита товарного знака и борьба с недобросовестной конкуренцией / В. С. Никулина. — Москва: Статут, 2015. — 208 с. — ISBN 978-5-8354-1104-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/29347.html> (дата обращения: 02.04.2022)

11. Кондратьева, Е. А. Объекты интеллектуальных прав: особенности правовой охраны / Е. А. Кондратьева. — Москва: Статут, 2014. — 160 с. — ISBN 978-5-8354-0976-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/28954.html>

12. Правовое обеспечение рекламно-информационной деятельности [Электронный ресурс]: сб. учеб.-метод. материалов для направления подготовки 42.03.1 "Реклама и связи с общественностью" / АмГУ, ЮФ; сост.: Е. Г. Черкашина, С. В. Дынник. - Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. - 60 с. - Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/9339.pdf) программное обеспечение и б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

| № | Наименование | Описание |
|---|---|--|
| 1 | Операционная система MS Windows 7 Pro | DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года. |
| 2 | Электронно-библиотечная система IPRbooks: http://www.iprbookshop.ru/ | Научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования. |
| 3 | Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ: https://urait.ru/ | Виртуальный читальный зал литературы по многим отраслям знаний. Фонд электронной библиотеки составляет более 5000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов. |

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

| № | Наименование | Описание |
|---|---|---|
| 1 | http://ecsocman.hse.ru/ | Экономика. Социология. Менеджмент Федеральный образовательный портал. |
| 2 | AdvertMe | Рекламный портал. |

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер – и учебно-наглядные пособия (презентации лекций, тестовые задания).

В университете имеются помещения для самостоятельной работы обучающихся,

оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно- образовательную среду организации.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

Электронно- библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно- образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;

Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.