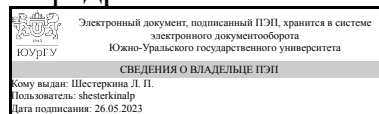


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



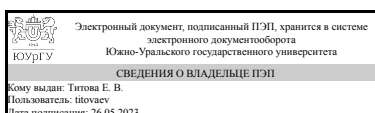
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.10 Информационное право
для направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Магистратура
магистерская программа Стратегические коммуникации и брендинг
форма обучения очно-заочная
кафедра-разработчик Конституционное и административное право

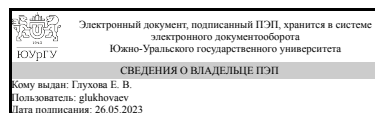
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 528

Зав.кафедрой разработчика,
д.юрид.н., доц.



Е. В. Титова

Разработчик программы,
к.юрид.н., доцент



Е. В. Глухова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Информационное право» – изучить современное состояние и перспективы развития информационного законодательства Российской Федерации. Задачи дисциплины: изучить категориальный аппарат информационного права, основные институты информационного права, основные правонарушения в информационной сфере; сформировать умения по применению законодательства в информационной сфере при осуществлении профессиональной деятельности журналистами.

Краткое содержание дисциплины

Информационное право – это новая отрасль российского законодательства и становящаяся отрасль российского права. Прежде всего, информационное право регулирует общественные отношения, складывающиеся в связи с обращением информации и информационных объектов в окружающем мире. Учитывая современные достижения в области связи и информации, российское государство, как и многие зарубежные страны, сегодня активно осуществляет регулирование самых разнообразных информационных отношений, в том числе: отношения, складывающиеся по поводу открытой (общедоступной) информации, информации ограниченного доступа, интернет-отношения, отношения в сфере информационной безопасности, в сфере связи и иные. В рамках курса рассматриваются вопросы, посвященные общим положениям информационного права; правовому режиму информации, документированной информации, информационным технологиям и системам; правовому регулированию информации ограниченного доступа; праву массовой информации; правовому обеспечению информационной безопасности.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Знает: - сущность системного подхода к анализу сложных объектов исследования; - систему информационного обеспечения науки и образования; - основные методы классификации и оценки информационных ресурсов Умеет: - выявлять логическую структуру понятий, суждений и умозаключений, определять их вид и логическую корректность; - формулировать исследовательские проблемы; Имеет практический опыт: - работы с компьютером как средством управления информацией и получать требуемую информацию из различных типов источников, включая Интернет
ПК-3 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает: - правила организации и проведения рекламных мероприятий; теоретические основы в профессионально-творческой деятельности в области рекламы и пиар различных коммерческих и некоммерческих организаций; Умеет: принимать решения в области

	<p>организации рекламных кампаний, учитывая нормативную базу регулирующие данные отношения</p> <p>Имеет практический опыт: применения информационных технологий в производственном процессе, а также имеет опыт работы со справочно-правовыми системами .</p>
--	---

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
<p>Бренд-проектирование и дизайн бренда,</p> <p>История и методология науки,</p> <p>Производственная практика (научно-исследовательская работа) (2 семестр),</p> <p>Производственная практика (профессионально-творческая) (2 семестр),</p> <p>Производственная практика (научно-исследовательская работа) (1 семестр)</p>	<p>ВТЛ-коммуникации,</p> <p>Связи с общественностью в медиапространстве,</p> <p>Управление бренд-коммуникациями в медийной среде,</p> <p>Event-маркетинг,</p> <p>Кризис-менеджмент в рекламе и связях с общественностью,</p> <p>Производственная практика (научно-исследовательская работа) (4 семестр)</p>

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Бренд-проектирование и дизайн бренда	<p>Знает: 1. Термины, и основные понятия, брендинга, для эффективного осуществления технологических процессов. 2. Методы управления процессами в сфере рекламы и связей с общественностью. 3. Исторические предпосылки возникновения бренда, Термины, основные понятия, брендинга и технологий его создания, правила и принципы проектирования бренда, основные технологии проектирования бренда и разработки его дизайна для каждого этапа жизненного цикла брендингового продукта</p> <p>Умеет: 1. Определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов в торговом предприятии. 2. Правильно представлять товар. 3. Изучать влияние принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.,</p> <p>Использовать правила брендинга, при создании имени и визуальной айдентики; осуществлять анализ и проектирование всех элементов бренда, разрабатывать концепцию, дизайнерские элементы бренда, проектировать его дальнейшее использование на всех жизненных циклах</p> <p>Имеет практический опыт: 1. В области организации работы в бренд агентстве. 2. В области организации работы по разработке концепции бренда, 1. В области анализа и владения методами выбора инструментальных средств,</p>

	<p>необходимых для решения профессиональных задач. В области создания визуально-графической продукции бренда, проектирования и использования дизайнерских разработок бренда на всех этапах жизненного цикла брендинового продукта</p>
<p>История и методология науки</p>	<p>Знает: теоретическую основу, основные периоды и этапы развития гуманитарных научных методов и направлений. Умеет: использовать полученные знания в анализе проблемных ситуаций и практической профессиональной деятельности Имеет практический опыт: критически анализировать ряд гуманитарных (лингвистических, литературоведческих и др.) научных направлений и методов на основе системного подхода</p>
<p>Производственная практика (научно-исследовательская работа) (2 семестр)</p>	<p>Знает: цели и задачи учебных дисциплин 2-го семестра, изучаемых в рамках магистерской программы «Стратегические коммуникации и брендинг». , современные методы исследований в области стратегических коммуникаций и брендинга, нормативную базу, регламентирующую работу российских подразделений (предприятий) в сфере рекламы и связей с общественностью., базовые научные труды российских ученых по проблемам стратегических коммуникаций и брендинга с учетом разных национально-культурных традиций Умеет: сопоставлять материалы, предоставляемые студентам в ходе освоения учебных курсов, с актуальными научными направлениями в указанной области., выработать стратегии по их применению на основе системного и междисциплинарного подходов. , определять роль корпоративных традиций в работе подразделений (предприятий) в сфере рекламы и связей с общественностью., систематизировать результаты указанных научных исследований Имеет практический опыт: подготовки заданий для соответствующих учебных курсов под руководством преподавателей., презентации методологической базы при подготовке научной публикации для студенческой конференции., участия в подготовке мероприятий, организованных специалистами по рекламным и PR-коммуникациям в ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ)»., анализа западных рекламных и PR-продуктов, адаптированных к современному российскому рынку.</p>
<p>Производственная практика (профессионально-творческая) (2 семестр)</p>	<p>Знает: методы организации профессиональной деятельности в сфере стратегических коммуникаций и брендинга на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности, способы совершенствования профессиональной</p>

	<p>деятельности специалистов в области стратегических коммуникаций и брендинга, креативные возможности коммуникативных технологий, используемых в современных массмедиа., принципы креативного решения проблем в деятельности специалистов по стратегическим коммуникациям и брендингу, принципы организации профессиональной деятельности подразделений (предприятий) в сфере рекламы и связей с общественностью., принципы управления проектом в сфере брендинга и стратегических коммуникаций на всех этапах его жизненного цикла. Умеет: разработать стратегии сотрудничества и на их основе организовать отбор членов команды для достижения поставленной цели., оценивать свои ресурсы (личностные, ситуативные, временные) и оптимально их использовать для успешного выполнения поставленных задач, применять традиционные и новые коммуникативные инструменты при создании медиатекстов., разрабатывать стратегии оптимального поведения в проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов., оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации., разрабатывать креативные концепции проектов и выявлять ресурсы, необходимые для их реализации. Имеет практический опыт: командной деятельности с учетом возможностей, интересов, способностей партнеров по коммуникации, способствующей их консолидации и самореализации., определения приоритетов профессионального роста и способов совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям., подготовки сообщений для различных медийных платформ, взаимодействующих с разными целевыми аудиториями., поиска и обработки информации, значимой для профессионально-творческой деятельности специалистов в области стратегических коммуникаций и брендинга. , выполнения творческих заданий в отделах рекламы и связей с общественностью, участия в разработке и реализации рекламных и PR-проектов, а также в оценке их эффективности</p>
<p>Производственная практика (научно-исследовательская работа) (1 семестр)</p>	<p>Знает: общие принципы работы российских подразделений (предприятий) в сфере рекламы и связей с общественностью, подходы к решению проблем, связанных с поиском качественных научных источников в области рекламы и связей с общественностью, базовые научные труды зарубежных ученых по проблемам стратегических коммуникаций и брендинга с учетом разных национально-культурных</p>

	<p>традиций, принципы решения проблем, связанных с поиском качественных научных источников в области исследований стратегических коммуникаций и брендинга., цели и задачи учебных дисциплин 1-го семестра, изучаемых в рамках магистерской программы «Стратегические коммуникации и брендинг».</p> <p>Умеет: идентифицировать должностные права и обязанности сотрудников подразделений (предприятий) в сфере рекламы и связей с общественностью, вырабатывать стратегию поиска указанных источников в современных российских информационных базах, систематизировать результаты указанных научных исследований., вырабатывать стратегии поиска указанных источников в современных российских базах на основе системного и междисциплинарного подходов. , сопоставлять материалы, предоставляемые студентам в ходе освоения учебных курсов, с актуальными научными направлениями в указанной области</p> <p>Имеет практический опыт: анализа деятельности специалистов по рекламным и PR-коммуникациям в ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ)»,., работы с российской библиографической базой данных научных публикаций РИНЦ, поиска и обработки информации о западных рекламными и PR-продуктах, адаптированными к современному российскому рынку, работы с российской библиографической базой данных научных публикаций РИНЦ., подготовки заданий для соответствующих учебных курсов под руководством преподавателей.</p>
--	--

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 56,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		3	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48	
Лекции (Л)	16	16	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	51,5	51,5	
Подготовка к практическим занятиям	17,5	17.5	
Написание реферата	19	19	

Подготовка к экзамену	15	15
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Общие положения информационного права. Правовой режим информации, информационных технологий и систем	14	6	8	0
2	Правовое регулирование информации ограниченного доступа	16	4	12	0
3	Право массовой информации. Правовое регулирование рекламной деятельности	10	4	6	0
4	Правовое обеспечение информационной безопасности	8	2	6	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Информация как социальное явление. Правовая информация	2
2	1	Информационное право России: общие положения. Информационное законодательство	2
3	1	Правовой режим информации, информационных технологий и систем. Правовое регулирование отношений, возникающих при использовании сети Интернет.	2
4	2	Правовой режим государственной тайны	2
5	2	Правовой режим конфиденциальной информации. Правовой режим персональных данных	2
6	3	Правовое регулирование деятельности СМИ	2
7	3	Правовое регулирование рекламной деятельности	2
8	4	Правовое обеспечение информационной безопасности	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Информация как социальное явление. Правовая информация	2
2	1	Информационное право России: общие положения. Информационное законодательство	2
3	1	Правовой режим информации, информационных технологий и систем. Правовое регулирование отношений, возникающих при использовании сети Интернет.	4
4	2	Правовой режим конфиденциальной информации	4
5	2	Правовой режим государственной тайны	4
7	2	Правовой режим персональных данных	4
8	3	Правовое регулирование деятельности СМИ	2
9	3	Правовое регулирование рекламной деятельности	4
10	4	Правовые основы обеспечения информационной безопасности и защиты	4

		информации	
11	4	Ответственность за нарушение информационного законодательства	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к практическим занятиям	ПУМД осн.1-3; ПУМД доп. 1-2; ЭУМД осн.1; ЭУМД доп.2,3	3	17,5
Написание реферата	ПУМД осн.1-3; ПУМД доп. 1,2; ЭУМД осн.1; ЭУМД доп.2,3	3	19
Подготовка к экзамену	ПУМД осн.1-3; ПУМД доп. 1-2; ЭУМД осн.1; ЭУМД доп.2,3	3	15

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-мestr	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	3	Текущий контроль	Устный опрос	0,1	5	Процедура проведения и оценивания: Устный опрос осуществляется на последнем занятии изучаемого раздела "Информационное общество. Общие положения информационного права.". Студенту задаются 2 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Правильный и полный ответ на вопросы соответствует 5 баллам. Правильный ответ, но с незначительными недостатками на вопросы соответствует 4 баллам. Частично правильный ответ соответствует 3 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное	экзамен

						количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 0,1.	
2	3	Текущий контроль	Устный опрос	0,1	2	<p>Процедура проведения и оценивания: Устный опрос осуществляется на последнем занятии изучаемого раздела "Информационное общество. Общие положения информационного права." Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Правильный и полный ответ на вопросы соответствует 5 баллам. Правильный ответ, но с незначительными недостатками на вопросы соответствует 4 баллам. Частично правильный ответ соответствует 3 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 0,1.</p>	экзамен
3	3	Промежуточная аттестация	Реферат	-	5	<p>Студентам в рамках СРС предлагается проанализировать и подготовить реферат. Защита реферата осуществляется индивидуально. Студентом предоставляется оформленный реферат. Оценивается качество оформления, правильность выводов и раскрытие темы реферата. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Общий балл при оценке складывается из следующих показателей - выводы логичны и обоснованы – 2 балл - оформление работы соответствует требованиям – 1 балл - правильный ответ на один вопрос – 1 балл использование примеров из правоприменительной практике 1 Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия (за каждую лабораторную работу) – 0,1</p>	экзамен
4	3	Промежуточная аттестация	Устный опрос	-	6	<p>На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. По результатам всех выполненных мероприятий текущего контроля в процентном выражении формируется оценка за курс. При условии выполнения мероприятий текущего</p>	экзамен

					<p>контроля и достижении 60-100 % рейтинга обучающийся получает соответствующую рейтингу оценку.</p> <p>При желании повысить оценку - проводится промежуточная аттестация.</p> <p>Экзамен проводится в устной форме по экзаменационным билетам. Каждый экзаменационный билет включает в себя два теоретических вопроса (из перечня вопросов для подготовки к экзамену) и одно практическое задание.</p> <p>Правильный ответ на вопрос, правильно выполненное практическое задание - – 2 балла.</p> <p>Частично правильный ответ, частично выполненное практическое задание – 1 балл.</p> <p>Неверный ответ, отсутствие ответа, неверное выполнение практического задания, отсутствие практического задания – 0 баллов.</p> <p>Максимальный балл за мероприятие промежуточной аттестации – 6 баллов</p>
--	--	--	--	--	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	<p>Экзамен проводится в соответствии с расписанием экзаменационной сессии. Во время сдачи экзамена в аудитории одновременно может находиться не более 8-10 обучающихся.</p> <p>На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Экзамен выставляется обучающемуся на основании сформированного рейтинга по мероприятиям текущего контроля - 60 % и более за контрольно-рейтинговые мероприятия по дисциплине. При желании повысить оценку - проводится промежуточная аттестация. Экзамен проводится в устной форме по экзаменационным билетам. Каждый экзаменационный билет включает в себя два теоретических вопроса (из перечня вопросов для подготовки к экзамену) и одно практическое задание. Общее время на подготовку к ответам по экзаменационному билету – 30 минут. 20 минут отводится на подготовку ответов по теоретическим вопросам, после чего обучающийся излагает устно свой ответ, отвечая на дополнительные вопросы. При подготовке к теоретическому ответу запрещено пользоваться любыми материалами. Время на ответ (по каждому вопросу) – максимум 5 минут. После чего обучающемуся дается 10 минут на решение практического задания. Преподаватель вправе задавать</p>	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	дополнительные вопросы в пределах вопросов и задания экзаменационного билета. Максимальный балл за мероприятие промежуточной аттестации – 6 баллов.	
--	---	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
УК-1	Знает: - сущность системного подхода к анализу сложных объектов исследования; - систему информационного обеспечения науки и образования; - основные методы классификации и оценки информационных ресурсов	+	+		+
УК-1	Умеет: - выявлять логическую структуру понятий, суждений и умозаключений, определять их вид и логическую корректность; - формулировать исследовательские проблемы;	+	+		+
УК-1	Имеет практический опыт: - работы с компьютером как средством управления информацией и получать требуемую информацию из различных типов источников, включая Интернет	+	+		+
ПК-3	Знает: - правила организации и проведения рекламных мероприятий; теоретические основы в профессионально-творческой деятельности в области рекламы и пиар различных коммерческих и некоммерческих организаций;			+	+
ПК-3	Умеет: принимать решения в области организации рекламных кампаний, учитывая нормативную базу регулирующие данные отношения			+	+
ПК-3	Имеет практический опыт: применения информационных технологий в производственном процессе, а также имеет опыт работы со справочно-правовыми системами .			+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Рассолов, И. М. Информационное право. Учебник для магистров Текст учебник для вузов по юрид. специальностям и направлениям И. М. Рассолов. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2012. - 444 с.
2. Бачило, И. Л. Информационное право. Учебник для магистров Текст учебник для вузов по юрид. специальностям И. Л. Бачило ; Ин-т гос-ва и права Рос. акад. наук ; Акад. прав. ун-т (ин-т). - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2012. - 564 с.
3. Тедеев, А. А. Информационное право Учебник А. А. Тедеев. - М.: ЭКСМО, 2005. - 463 с.

б) дополнительная литература:

1. Рассолов, И. М. Интернет-право Учеб. пособие для вузов по специальности 021100 "Юриспруденция" И. М. Рассолов; Моск. ун-т МВД России, Фонд содействия правохран. органам "Закон и право". - М.: ЮНИТИ-ДАНА : Закон и право, 2004. - 143 с. ил.
2. Тедеев, А. А. Информационное право (право Интернета) Текст учебное пособие А. А. Тедеев. - М.: ЭКСМО, 2005. - 301, [1] с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Информационное право
2. Государство и право
3. Право интеллектуальной собственности
4. Вестник УрФО. Безопасность в информационной сфере
5. Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия "Право"
6. Юрист

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Методические рекомендации для самостоятельной работы студента при подготовке и написании реферата

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Методические рекомендации для самостоятельной работы студента при подготовке и написании реферата

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Кузнецов, П.У. Информационное право. М. : Юстиция, 2017. — 336 с. https://e.lanbook.com/book/155521
2	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Костюк А.В., Бобонец С. А., Флегонтов А. В., Черных А. К. Информационные технологии. Базовый курс - Издательство "Лань", 2021. - 601с. https://e.lanbook.com/book/180821
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Исаев А.С., Хлюпина Е.А. Правовые основы организации защиты персональных данных – СПб.: Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, 2014. 106 с. https://e.lanbook.com/book/71004

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных rolpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. -Информационные ресурсы ФГУ ФИПС(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных
-------------	--------	--

		видов занятий
Лекции	502 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: 1. Стол круглый – 6 шт. 2. Стол для преподавателя – 3 шт. 3. Стул ученический – 36 шт. 4. Кресло – 3 шт. 5. Доска – 1 шт. 6. Шкаф для сетевого оборудования – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Практические занятия и семинары	502 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: 1. Стол круглый – 6 шт. 2. Стол для преподавателя – 3 шт. 3. Стул ученический – 36 шт. 4. Кресло – 3 шт. 5. Доска – 1 шт. 6. Шкаф для сетевого оборудования – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.