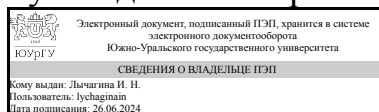


УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель направления



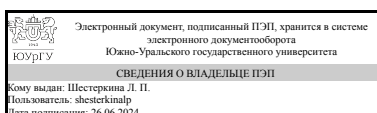
И. Н. Лычагина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.09 Современная пресс-служба  
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
уровень Бакалавриат  
форма обучения очная  
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

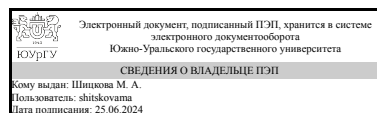
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

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



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,  
к.ист.н., доц., доцент



М. А. Шицкова

## 1. Цели и задачи дисциплины

Курс «Современная пресс-служба» предназначен для студентов направления «Реклама и связи с общественностью». Его цель - дать общую характеристику современным российским пресс-службам. Задачи: 1) сформировать у будущих специалистов навыки работы в современных пресс-службах посредством овладения теоретическими знаниями; 2) научить базовым установкам и основным понятиям курса, обеспечивающим понимание процессов, связанных с работой современных пресс-служб; 3) изучить особенности работы с внешней и внутренней аудиторией; 4) овладеть навыками составления PR-текстов, применяемых в работе пресс-службы; 5) усвоить алгоритм антикризисных действий.

## Краткое содержание дисциплины

Деятельность пресс-службы в органах государственной власти. Пресс-службы в коммерческих и некоммерческих организациях. Определение функций и структуры пресс-службы. Координация деятельности пресс-службы со структурными подразделениями. Планирование и организация работы пресс-службы. Разработка долгосрочного и краткосрочного планов деятельности. Координация творческих, аналитических и технических ресурсов. Инструментарий PR.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)  | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |
|--|--|
| ПК-2 ПКО-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта                                  | Знает: Специфику деятельности медиа, знаком с лучшими образцами медиатекстов в мировом и отечественном масштабе<br>Умеет: Создавать медиатексты с учетом специфики различных типов СМИ и других медиа<br>Имеет практический опыт: Подготовки авторских материалов для разных типов СМИ и других медиа  |
| ПК-6 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа. | Знает: Нормы, стандарты, форматы и технологические требования различных типов СМИ<br>Умеет: Применять языковые нормы, стили в соответствии с требованиями различных типов СМИ и других медиа<br>Имеет практический опыт: Редактирования материалов для разных типов СМИ в соответствии с нормами, форматами, стилями и технологическими требованиями |

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|---|---|
| 1.Ф.05 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью       | 1.Ф.13 Фото-, видео и аудиоблогинг          |

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

| Дисциплина  | Требования   |
|---|--|
| 1.Ф.05 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью | Знает: Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций., Систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи. Умеет: Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов., Редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку рекламных и PR-сообщений. Имеет практический опыт: Применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде., Работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности. |

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 38,25 ч. контактной работы

| Вид учебной работы   | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |
|--|-------------|------------------------------------|
|  |             | Номер семестра                     |
|  |             | 7                                  |
| Общая трудоёмкость дисциплины  | 108         | 108                                |
| <i>Аудиторные занятия:</i>   | 32          | 32                                 |
| Лекции (Л)   | 16          | 16                                 |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 16          | 16                                 |
| Лабораторные работы (ЛР)   | 0           | 0                                  |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>  | 69,75       | 69,75                              |
| Подготовка электронных презентаций   | 20          | 20                                 |
| Подготовка домашних заданий и контрольных точек                            | 49,75       | 49.75                              |
| Консультации и промежуточная аттестация                                    | 6,25        | 6,25                               |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                   | -           | зачет                              |

#### 5. Содержание дисциплины

| № | Наименование разделов дисциплины | Объем аудиторных занятий по видам в |
|---|----------------------------------|-------------------------------------|
|---|----------------------------------|-------------------------------------|

| раздела |  | часах |    |    |    |
|---------|--|-------|----|----|----|
|         |  | Всего | Л  | ПЗ | ЛР |
| 1       | Назначение пресс-службы                              | 12    | 6  | 6  | 0  |
| 2       | Принципы организации работы современной пресс-службы | 20    | 10 | 10 | 0  |

### 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия   | Кол-во часов |
|----------|-----------|---|--------------|
| 1        | 1         | Статус и полномочия пресс-службы  | 2            |
| 2        | 1         | Инструменты взаимодействия со СМИ   | 2            |
| 3        | 1         | Событийный пиар   | 2            |
| 4        | 2         | Общие принципы построения медиарелейшнз. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия пресс-службы со СМИ. Формирование базы СМИ. Контент-анализ СМИ | 2            |
| 5        | 2         | Стратегические подходы ко взаимодействию со СМИ   | 2            |
| 6        | 2         | Управление имиджем и репутацией. Личный бренд руководителя.   | 2            |
| 7        | 2         | Антикризисные коммуникации. Коммуникации в социальных сетях.  | 2            |
| 8        | 2         | Оценка эффективности информационных мероприятий. Мониторинг СМИ   | 2            |

### 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара                                  | Кол-во часов |
|-----------|-----------|--|--------------|
| 1         | 1         | Структура, функции пресс-службы. Штатный состав  | 2            |
| 2         | 1         | Технология подготовки пресс-конференции, брифинга, пресс-тура  | 2            |
| 3         | 1         | Текстовое сопровождение деятельности пресс-службы  | 2            |
| 4         | 2         | Медиаструктура современного университета. Медиарелейшнз вузов. Составление базы СМИ для университета | 2            |
| 5         | 2         | Медиапаспорт СМИ   | 2            |
| 6         | 2         | Работа с имиджем руководителя. Публичные коммуникации  | 2            |
| 7         | 2         | Алгоритм антикризисного PR   | 2            |
| 8         | 2         | Критерии оценки эффективности работы пресс-службы  | 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 электронных презентаций | 1. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, С88 Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, | 7       | 20           |

|   |   |   |       |
|---|---|---|-------|
|   | 2010. – 87 с. 2. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы по специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама»: методические указания / сост.: Л.К. Лободенко, Л.В. Пелленен, А.Г. Блудова и др. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 89 с.   |   |       |
| Подготовка домашних заданий и контрольных точек | 1. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — С. 48-51; 55-72; 95-133; 134-154; 155-179. 2. Баранова, Е.А. Теория и практика современного интервью / Е.А. Баранова. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - С. 49-63; 65-79. 3. Ачкасова, В.А. Связи с общественностью в органах власти / В.А. Ачкасова, И.А. Быков. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - С. 57-69; 84-101; 120-148. | 7 | 49,75 |

## 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 | Семестр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия       | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов   | Учитывается в ПА |
|------|---------|------------------|---|-----|------------|---|------------------|
| 1    | 7       | Текущий контроль | Задание 1. Структура пресс-службы       | 1   | 15         | Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:<br>Правильность<br>Аргументированность<br>Вывод<br>Дополнительное задание<br>Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 8,9 балла. | зачет            |
| 2    | 7       | Текущий контроль | Задание 2. Деятельность пресс-секретаря | 1   | 15         | Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:<br>Соответствие заданию<br>Аргументированность  | зачет            |

|   |   |                          |   |   |    |  |       |
|---|---|--------------------------|---|---|----|--|-------|
|   |   |                          |   |   |    | Вывод<br>Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 8,9 балла.  |       |
| 3 | 7 | Текущий контроль         | Составление терминологического словаря    | 1 | 15 | Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:<br>Информационный повод<br>Правильность составления пресс-релиза<br>Правильность составления бэкграундера (или факт-листа)<br>Правильность составления байлайнера<br>Содержание пресс-кита<br>Соответствие СМИ<br>Полнота ответа<br>Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 8,9 балла. | зачет |
| 4 | 7 | Текущий контроль         | Задание 4. Работа в конфликтных ситуациях | 1 | 15 | Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:<br>Правильность<br>Аргументированность<br>Полнота<br>Общее впечатление<br>Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 8,9 балла.   | зачет |
| 5 | 7 | Текущий контроль         | Творческое задание: Менеджмент новостей   | 1 | 15 | Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:<br>Соответствие заданию<br>Аргументированность<br>Вывод<br>Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 8, 9 балла.   | зачет |
| 6 | 7 | Бонус                    | Бонус                                     | - | 0  | Посещение всех занятий = 2 балла   | зачет |
| 7 | 7 | Бонус                    | Бонус                                     | - | 5  | Активная работа на всех практических занятиях = 5 баллов   | зачет |
| 8 | 7 | Промежуточная аттестация | зачет                                     | - | 1  | Промежуточная аттестация выставляется по результатам выполнения студентами всех заданий курса в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе:<br>"не зачтено" - 0 - 59%   | зачет |

|  |  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  |  | <p>"зачтено" - 60-100%</p> <p>Дисциплина "Современная пресс-служба" содержит 5 контрольно-рейтинговых мероприятия в рамках текущего контроля. Вклад каждого задания в рейтинг по дисциплине составляет 25%. Вес каждого КРМ = 1. Максимальный балл за все задания – 15 (что составляет 100% без зачета или 60% с зачетом от общего рейтинга). Для получения зачета студенту нужно набрать не менее 12 баллов (60%). Если студент набрал 59% и меньше, то ему предоставляется право сдавать зачёт в традиционной форме (устно по билетам). Общий максимальный балл за зачёт – 5 (вклад в рейтинг по дисциплине составляет 40%).</p> <p>Билет содержит один вопрос. Критерии оценивания:</p> <p>Системность<br/>         Полнота ответа<br/>         Наличие примеров<br/>         Ответ на наводящие и дополнительные вопросы по теме<br/>         Владение терминологией по теме</p> <p>Студент на традиционном зачете должен набрать не менее 3 баллов, что составляет 60% от максимального балла за промежуточную аттестацию.</p> |  |
|--|--|--|--|--|---|--|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения  | Критерии оценивания                            |
|------------------------------|---|--|
| зачет                        | <p>Промежуточная аттестация выставляется по результатам выполнения студентами всех заданий курса в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе: "не зачтено" - 0 - 59% "зачтено" - 60-100% Дисциплина "Современная пресс-служба" содержит 4 контрольно-рейтинговых мероприятия в рамках текущего контроля. Вклад каждого задания в рейтинг по дисциплине составляет 25%. Вес каждого КРМ = 1. Максимальный балл за все задания – 15 (что составляет 100% без зачета или 60% с зачетом от общего рейтинга). Для получения зачета студенту нужно набрать не менее 8,9 баллов (60%). Основные требования: Все задания текущего контроля должны быть выполнены. Выполнение заданий промежуточной аттестации не является обязательным (в соответствии с пунктом 2.6 Положения о БРС). Однако, если студент набрал 59% и меньше, то ему предоставляется право сдавать зачёт в традиционной форме (устно по билетам). Общий максимальный балл за зачёт – 5 (вклад в рейтинг по дисциплине составляет 40%). Билет содержит один вопрос. Критерии оценивания: Системность Полнота ответа Наличие примеров Ответ на наводящие и дополнительные вопросы по</p> | <p>В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения</p> |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p>теме Владение терминологией по теме Студент на традиционном зачете должен набрать не меньше 3 баллов, что составляет 60% от максимального балла за промежуточную аттестацию. Бонус-рейтинг дает возможность студенту получить дополнительно 7%.</p> |  |
|--|--|--|

### 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения  | № КМ |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------|--|------|---|---|---|---|---|---|---|
|             |  | 1    | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| ПК-2        | Знает: Специфику деятельности медиа, знаком с лучшими образцами медиатекстов в мировом и отечественном масштабе                                      |      |   | + | + | + | + |   | + |
| ПК-2        | Умеет: Создавать медиатексты с учетом специфики различных типов СМИ и других медиа   |      |   | + | + | + | + | + | + |
| ПК-2        | Имеет практический опыт: Подготовки авторских материалов для разных типов СМИ и других медиа   |      |   |   |   | + |   |   | + |
| ПК-6        | Знает: Нормы, стандарты, форматы и технологические требования различных типов СМИ  | +    | + | + | + |   |   | + | + |
| ПК-6        | Умеет: Применять языковые нормы, стили в соответствии с требованиями различных типов СМИ и других медиа  | +    | + | + | + |   |   | + | + |
| ПК-6        | Имеет практический опыт: Редактирования материалов для разных типов СМИ в соответствии с нормами, форматами, стилями и технологическими требованиями |      | + |   | + |   |   |   | + |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

Не предусмотрена

#### б) дополнительная литература:

1. Интегрированные коммуникации в новых медиа [Текст] монография Л. П. Шестеркина и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2016. - 210, [1] с.
2. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии [Текст: непосредственный] учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. ил.

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

1. Пресс-служба всерос. специализир. журн.: 16+ Издат. дом "Имидж-Медиа" журнал. - М., 2011-2016

#### г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:



1. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, С88 Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.
2. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы по специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама»: методические указания / сост.: Л.К. Лободенко, Л.В. Пелленен, А.Г. Блудова и др. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 89 с.

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, С88 Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.
2. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы по специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама»: методические указания / сост.: Л.К. Лободенко, Л.В. Пелленен, А.Г. Блудова и др. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 89 с.

### Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы   | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание   |
|---|--|--|--|
| 1 | Основная литература                                      | Образовательная платформа Юрайт          | Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 294 с. <a href="https://urait.ru/viewer/sovremennaya-press-sluzhba-474720#page/1">https://urait.ru/viewer/sovremennaya-press-sluzhba-474720#page/1</a>  |
| 2 | Дополнительная литература                                | Образовательная платформа Юрайт          | Баранова, Е.А. Теория и практика современного интервью / Е.А. Баранова. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 158 с. <a href="https://urait.ru/viewer/teoriya-i-praktika-sovremennogo-intervyu-519632">https://urait.ru/viewer/teoriya-i-praktika-sovremennogo-intervyu-519632</a>   |
| 3 | Основная литература                                      | Образовательная платформа Юрайт          | Ачкасова, В.А. Связи с общественностью в органах власти / В.А. Ачкасова, И.А. Быков. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 163 с. <a href="https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-516613#page/1">https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-516613#page/1</a>  |
| 4 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Учебно-методические материалы кафедры    | Дзялошинский, И.М. Социальные сообщества и коммуникационные сервисы в эпоху цифровой цивилизации : монография / И.М. Дзялошинский, Л.К. Лободенко, М.А. Пильгун. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 746 с. <a href="https://smi.susu.ru/wp-content/uploads/sites/61/2022/07/ВЫПУСК-3-СОЦИАЛЬНЫЕ-СООБЩЕСТВА-И-КОММУНИКАЦИОННЫЕ-СЕРВИСЫ-В-ЭПОХУ-ЦИФРОВОЙ-ЦИВИЛИЗАЦИИ.pdf">https://smi.susu.ru/wp-content/uploads/sites/61/2022/07/ВЫПУСК-3-СОЦИАЛЬНЫЕ-СООБЩЕСТВА-И-КОММУНИКАЦИОННЫЕ-СЕРВИСЫ-В-ЭПОХУ-ЦИФРОВОЙ-ЦИВИЛИЗАЦИИ.pdf</a> |
| 5 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Учебно-методические материалы кафедры    | Медиакоммуникации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации: монография / под ред. Л.П. Шестеркиной, Л.К. Лободенко. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 432 с. <a href="https://smi.susu.ru/wp-content/uploads/sites/61/2022/07/ВЫПУСК-2-МЕДИАКОММУНИКАЦИИ-И-ИНТЕРНЕТ-">https://smi.susu.ru/wp-content/uploads/sites/61/2022/07/ВЫПУСК-2-МЕДИАКОММУНИКАЦИИ-И-ИНТЕРНЕТ-</a>  |

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.     | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий  |
|---------------------------------|------------|---|
| Зачет                           | 454<br>(1) | Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.  |
| Лекции                          | 454<br>(1) | Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.  |
| Практические занятия и семинары | 410<br>(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: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт. |