

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Шестеркина Л. П. Пользователь: shesterkinlp Дата подписания: 28.06.2024	

Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.0.05 Медиарилейшнз
для направления 42.04.02 Журналистика
уровень Магистратура
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью**

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 529

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

Л. П. Шестеркина

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Шестеркина Л. П. Пользователь: shesterkinlp Дата подписания: 24.06.2024	

Разработчик программы,
к.пед.н., доцент

И. Н. Лычагина

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Лычагина И. Н. Пользователь: luchaginap Дата подписания: 17.05.2024	

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Медиарилейшнз» – сформировать у магистрантов системное представление о принципах взаимодействия PR- и пресс-служб со СМИ; усвоить различные методы управления связями со СМИ и организации работы MR-отделов. Задачи: В результате изучения дисциплины магистрант должен приобрести навыки создания информационных поводов, организации пресс-мероприятий и оценки их эффективности; научиться анализировать роль различных каналов распространения информации для различных целей и задач; научиться организовывать мероприятия для представителей прессы и писать PR-тексты для размещения в СМИ.

Краткое содержание дисциплины

Особенностью данного курса является изучение теории и практики деятельности современной пресс-службы и PR-отдела, их роли в системе массовых коммуникаций, современных российских государственных пресс-служб, формах и методах работы современной PR-структуры со СМИ, общественностью и политическими организациями; определить критерии оптимальной модели пресс-службы и условий ее эффективной деятельности.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает: теории и практики деятельности современной пресс-службы и PR-отдела, их роли в системе массовых коммуникаций, современных российских государственных пресс-служб; все этапы проекта: анализ, планирование, координирование, контроль и их специфику относительно жизненного цикла предмета проекта. Умеет: создавать информационные поводы, анализировать роль различных каналов распространения информации для различных целей и задач; устанавливать связи с журналистами, организовывать мероприятия для журналистов и писать тексты для размещения в СМИ. Имеет практический опыт: организации пресс-мероприятий и оценки их эффективности; применения методов календарно-сетевого планирования, бюджетирования и оценки эффективности проекта.
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает: особенности культурных отличий деловых коммуникаций и особенностей профессиональной деятельности на различных национальных пространствах. Умеет: Учитывать кросс-культурные факторы при разработке всех уровней коммуникаций с международными участниками проекта. Имеет практический опыт: применения

	разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
ПК-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс.	Знает: специфику редакторской деятельности в разных типах СМИ и других медиа, основные принципы функционирования пресс-служб и современных медиа. Умеет: формулировать целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны, создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Имеет практический опыт: создания сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач, интегрирования коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.03 Философия научного знания	1.Ф.05 Медиадизайн, 1.Ф.03 Создание и продвижение медиапроекта

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

Дисциплина	Требования
1.О.03 Философия научного знания	Знает: специфику философского подхода к коммуникативным процессам; базовые научные труды российских ученых по проблемам стратегических коммуникаций с учетом разных национально-культурных традиций; специфику межкультурной коммуникации в различных функциональных сферах. Умеет: применять на практике основные принципы межкультурного взаимодействия, ставить цели и выбирать пути ее достижения, опираясь на культуру мышления; учитывать кросс-культурные факторы при разработке всех уровней коммуникаций; систематизировать результаты указанных научных исследований; проводить анализ социокультурных процессов. Имеет практический опыт: межкультурного общения, толерантно воспринимая социальные и культурные различия; анализа знания, представленного в различных формах; публичного выступления по научной проблематике; участия в научной дискуссии; анализа западных теорий в области медиа.

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	
		2	
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 реферата и презентации	11,5	11,5	
Выполнение практических заданий	10	10	
Подготовка доклада	10	10	
Подготовка к зачету	20	20	
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	Медиарелейшнз как направление в системе общественных связей коммерческой фирмы	6	2	4	0
2	Аналитическая деятельность пресс-службы коммерческой структуры	6	2	4	0
3	Креативная и организационная деятельность пресс-службы коммерческой структуры	6	2	4	0
4	Жанры информационно-новостных материалов в медиарелейшнз	6	2	4	0
5	PR-потенциал корпоративного издания и иных средств корпоративной коммуникации	6	2	4	0
6	PR-текст в системе публичных коммуникаций	6	2	4	0
7	Мероприятия для СМИ: виды, технологии организации и проведения	6	2	4	0
8	Медиарелейшнз во время кризиса.	6	2	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Медиарелейшнз как направление в системе общественных связей коммерческой фирмы	2
2	2	Аналитическая деятельность пресс-службы коммерческой структуры	2

3	3	Креативная и организационная деятельность пресс-службы коммерческой структуры	2
4	4	Жанры информационно-новостных материалов в медиарилейшнз	2
5	5	PR-потенциал корпоративного издания и иных средств корпоративной коммуникации	2
6	6	PR-текст в системе публичных коммуникаций	2
7	7	Мероприятия для СМИ: виды, технологии организации и проведения	2
8	8	Медиарилейшнз во время кризиса.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Медиарилейшнз как направление в системе общественных связей коммерческой фирмы	4
2	2	Аналитическая деятельность пресс-службы коммерческой структуры	4
3	3	Креативная и организационная деятельность пресс-службы коммерческой структуры	4
4	4	Жанры информационно-новостных материалов в медиарилейшнз	4
5	5	PR-потенциал корпоративного издания и иных средств корпоративной коммуникации	4
6	6	PR-текст в системе публичных коммуникаций	4
7	7	Мероприятия для СМИ: виды, технологии организации и проведения	4
8	8	Медиарилейшнз во время кризиса.	4

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 реферата и презентации	Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2008. - 557 с.	2	11,5
Выполнение практических заданий	Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью [Текст] учебник для вузов по направлению (специальности) "Связи с общественностью" А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб. и др.: Питер, 2012. - 375, [1] с. ил.	2	10
Подготовка доклада	Назайкин, А. Н. Как манипулировать журналистами А. Н. Назайкин; Акад. нар.	2	10

	хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации; Правительство Рос. Федерации, Акад. нар. хоз-ва. - М.: Дело, 2004. - 238, [1] с. ил.		
Подготовка к зачету	Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 182, [2] с. ил.	2	20

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- местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи- тыва- ется в ПА
1	2	Текущий контроль	Реферат и презентация	1	20	18-20 баллов – Отлично: 1) Объем работы – не менее 20 страниц. Оформление соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит все базовые элементы. В первой главе есть ссылки на все цитаты. Вторая глава – самостоятельное исследование, выполненное на высоком уровне. 3) В презентации присутствуют базовые структурные элементы (введение, основная часть, выводы); используются как вербальные, так и иконические материалы; текст выступления не дублирует, а дополняет презентацию. 15-17 баллов - Хорошо: 1) Объем работы – не менее 15 страниц. Оформление соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит все базовые элементы. В первой главе есть ссылки не на все цитаты. Вторая глава – самостоятельное исследование, выполненное на хорошем уровне. 3) В презентации присутствуют базовые структурные элементы (введение, основная часть, выводы); используются как вербальные, так и иконические материалы; текст выступления не дублирует, а дополняет презентацию.	экзамен

						12-14 баллов - Удовлетворительно: 1) Объем работы – не менее 10 страниц. Оформление частично соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит не все базовые элементы. В первой главе есть ссылки не на все цитаты. Вторая глава – самостоятельное исследование, выполненное на среднем уровне. в презентации присутствуют базовые структурные элементы (введение, основная часть, выводы); 3) В презентации не используются иконические материалы; 4) текст выступления дублирует, а не дополняет презентацию. 0-11 баллов - Неудовлетворительно: 1) Объем работы – менее 10 страниц. Оформление не соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит не все базовые элементы. В первой главе отсутствуют ссылки на цитаты. Вторая глава – несамостоятельное исследование. 3) Презентация отсутствует При подготовке презентаций важно соблюдать требования к их оформлению: – единый стиль оформления; – лаконичность текста, представленного на слайде; – рациональное размещение информации на слайде; – использование знаково-символических или структурных схем, иллюстраций и т.п. для визуализации основных тезисов	
2	2	Текущий контроль	доклад	1	20	18-20 баллов - Отлично: 1) Объем работы – не менее 20 страниц. Оформление соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит все базовые элементы. В первой главе есть ссылки на все цитаты. 3) В презентации присутствуют базовые структурные элементы (введение, основная часть, выводы); используются как вербальные, так и иконические материалы; текст выступления не дублирует, а дополняет презентацию. 15-17 баллов - Хорошо: 1) Объем работы – не менее 15 страниц. Оформление соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит все базовые элементы. В первой главе есть ссылки	экзамен

						не на все цитаты. 3) В презентации присутствуют базовые структурные элементы (введение, основная часть, выводы); используются как вербальные, так и иконические материалы; текст выступления не дублирует, а дополняет презентацию. 12-14 баллов - Удовлетворительно: 1) Объем работы – не менее 10 страниц. Оформление частично соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит не все базовые элементы. В первой главе есть ссылки не на все цитаты. 3) В презентации не используются иконические материалы; 4) текст выступления дублирует, а не дополняет презентацию. 0-11 баллов - Неудовлетворительно: 1) Объем работы – менее 10 страниц. Оформление не соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит не все базовые элементы. В первой главе отсутствуют ссылки на цитаты. 3) Презентация отсутствует	
3	2	Текущий контроль	Мониторинг медиаресурсов	1	20	<p>18-20 баллов – Отлично: 1) Представлен анализ всех медиаресурсов анализируемого объекта. 2) Представлено количество публикаций по каждому ресурсу. 3) Произведена классификация публикаций (образовательные, информационные, развлекательные и др.). 4) Выделены ключевые слова и сообщения. 5) Представлены стейкхолдеры, выявлены тенденции позиционирования. 6) Результат представлены в текстовом формате и ppt.</p> <p>15-17 баллов - Хорошо: 1) Представлен анализ большинства медиаресурсов анализируемого объекта. 2) Представлено достаточное количество публикаций по каждому ресурсу. 3) Произведена в целом классификация публикаций (образовательные, информационные, развлекательные и др.). 4) Выделены основные ключевые слова и сообщения. 5) Представлены стейкхолдеры, выявлены тенденции позиционирования. 6) Результат представлены в текстовом формате и ppt.</p> <p>12-14 баллов - Удовлетворительно: 1)</p>	экзамен

						Представлен анализ некоторых медиаресурсов анализируемого объекта. 2) Представлено незначительное количество публикаций по каждому ресурсу. 3) Произведена частично классификация публикаций (образовательные, информационные, развлекательные и др.). 4) Выделены некоторые ключевые слова и сообщения. 5) Представлены частично стейкхолдеры, не выявлены тенденции позиционирования. 6) Результат представлены в текстовом формате. 0-11 баллов - Неудовлетворительно:) Представлен анализ одного медиаресурса анализируемого объекта. 2) Представлено незначительное количество публикаций по каждому ресурсу. 3) Произведена частично классификация публикаций (образовательные, информационные, развлекательные и др.). 4) Выделены некоторые ключевые слова и сообщения. 5) Не выявлены стейкхолдеры, не выявлены тенденции позиционирования. 6) Результат представлены в текстовом формате.	
4	2	Бонус	Участие в конкурсах и олимпиадах	-	12	Студент представляет копии документов, подтверждающие победу или участие в конкурсах и олимпиадах по тематике дисциплины (Коммуникации) При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимально возможная величина бонус рейтинга +15 %: +15 % за победу в олимпиаде международного уровня +10 % за победу в олимпиаде российского уровня +5 % за победу в олимпиаде университетского уровня +1 % за участие в олимпиаде	экзамен
5	2	Бонус	Выступление с докладом на конференции, подготовка публикаций по тематике курса.	-	10	Студент представляет документы, подтверждающие участие в конференции или публикацию статьи (программу конференции, сборник материалов конференции, сборник статей). Максимально возможная величина	экзамен

						бонус рейтинга +10 %: + 5% - выступление с докладом на конференции + 10 – публикация статьи.	
6	2	Промежуточная аттестация	экзамен	-	40	<p>На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг.</p> <p>Отлично - 36-40 баллов; хорошо - 31-35 баллов; удовлетворительно - 21-30 баллов; неудовлетворительно- 0-20 баллов</p>	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	<p>Оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине происходит на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Положительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60-100 %.</p> <p>Неудовлетворительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0-59 %. Обучающийся может повысить свой рейтинг, пройдя процедуру промежуточной аттестации – экзамен. Максимальный балл за экзамен – 40 (вклад в рейтинг по дисциплине составляет 40%). Экзамен проводится в виде теста (40 вопросов). Максимальное количество баллов – 40. На подготовку отводится 45 мин.</p> <p>Критерии оценивания теста: проходной балл - 24 .</p> <p>Преподаватель имеет право провести собеседование со студентом с целью более точного определения баллов за каждое задание. По результатам проверки теста и после подсчета суммы баллов, рассчитывается величина рейтинга обучающегося по дисциплине как процент набранных на зачете баллов данным студентом от максимально возможных баллов за зачет(40). Рейтинг по дисциплине равен сумме рейтинга по</p>	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
УК-2	Знает: теории и практики деятельности современной пресс-службы и PR-отдела, их роли в системе массовых коммуникаций, современных российских государственных пресс-служб; все этапы проекта: анализ, планирование, коорденирование, контроль и их специфику относительно жизненного цикла предмета проекта.						
УК-2	Умеет: создавать информационные поводы, анализировать роль различных каналов распространения информации для различных целей и задач; устанавливать связи с журналистами, организовывать мероприятия для журналистов и писать тексты для размещения в СМИ.						
УК-2	Имеет практический опыт: организации пресс-мероприятий и оценки их эффективности; применения методов календарно-сетевого планирования, бюджетирования и оценки эффективности проекта.						
УК-5	Знает: особенности культурных отличий деловых коммуникаций и особенностей профессиональной деятельности на различных национальных пространствах.						
УК-5	Умеет: Учитывать кросс-культурные факторы при разработке всех уровней коммуникаций с международными участниками проекта.						
УК-5	Имеет практический опыт: применения разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.						
ПК-3	Знает: специфику редакторской деятельности в разных типах СМИ и других медиа, основные принципы функционирования пресс-служб и современных медиа.						
ПК-3	Умеет: формулировать целевой репутационный образ организации/компании/ персоны, создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.						
ПК-3	Имеет практический опыт: создания сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач, интегрирования коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.						

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

- Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 182, [2] с. ил.
- Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2008. - 557 с.

б) дополнительная литература:

1. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью [Текст] учебник для вузов по направлению (специальности) "Связи с общественностью" А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб. и др.: Питер, 2012. - 375, [1] с. ил.

2. Назайкин, А. Н. Как манипулировать журналистами А. Н. Назайкин; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации; Правительство Рос. Федерации, Акад. нар. хоз-ва. - М.: Дело, 2004. - 238, [1] с. ил.

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

1. PR в России междунар. проф. журн. Изд. дом "Соврем. экономика" журнал. - М., 2001-2014

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Лычагина, И.Н. Связи с общественностью: учебное пособие / И.Н. Лычагина. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2015. – 154 с.

2. Лычагина, И.Н. Паблик рилейшнз: учебное пособие по практическим занятиям / И.Н. Лычагина. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 75 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Лычагина, И.Н. Связи с общественностью: учебное пособие / И.Н. Лычагина. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2015. – 154 с.

2. Лычагина, И.Н. Паблик рилейшнз: учебное пособие по практическим занятиям / И.Н. Лычагина. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 75 с.

Электронная учебно-методическая документация

Нет

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)" -Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	410 (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.
Практические занятия и семинары	410 (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.
Лекции	454 (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.