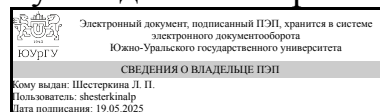


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.06 Межкультурная коммуникация и международные связи с общественностью

для направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

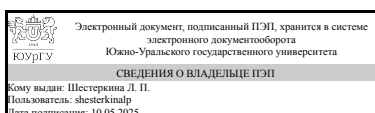
уровень Магистратура

форма обучения очно-заочная

кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

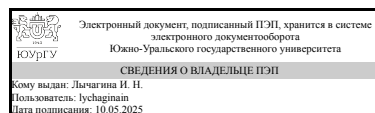
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 528

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



Л. П. Шестеркина

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



И. Н. Лычагина

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Межкультурная коммуникация и международные связи с общественностью» является формирование у магистрантов комплексного представления об основных направлениях/парадигмах теории межкультурной коммуникации, о современном рынке российского и мирового PR и рекламы, этапах их становления и развития, специфики работы российских и зарубежных рекламных и PR-агентств. Задачи: Изучение данной дисциплины направлено на решение следующих задач: – анализ различных уровней межкультурной коммуникаций: межличностного, в группе, массового; – изучение актуальных проблем и тенденций, происходящих в сфере связей с общественностью и рекламы в условиях современного поликультурного мира; – системное описание специфики развития рынка российского и мирового PR и рекламы; – выработка навыков сравнительного анализа в сфере PR и рекламы; – анализ факторов, обуславливающих особенности PR и рекламы в России; – выработка навыков создания простейших PR-концепций и рекламных кампаний; – разработка PR-технологий, рекламных кампаний и особенности их применения в международной сфере; – определение места и роли PR-специалистов в условиях глобализации и функционирования транснациональных корпораций.

Краткое содержание дисциплины

С развитием глобализации бизнеса и массовых информационных потоков, а также экономических изменений на мировом уровне, международные контакты становятся все более тесными, а, следовательно, возникает потребность в высококвалифицированных специалистах по связям с общественностью и рекламе, способных реализовывать стратегию компании не только на внутрироссийском уровне, но и в международном информационном пространстве. Кроме того, новая бизнес-культура, возникшая на фоне глобализации, требует от PR-специалистов и специалистов в области рекламы повышенного внимания к вопросам межкультурной коммуникации и международных отношений. Предметом курса являются мировые тенденции, происходящие в сфере связей с общественностью и рекламы в условиях поликультурного мира; современные рекламные и PR-технологии и особенности их применения в международной сфере; выявление особенностей и ключевых проблем компетенций, профессиональных навыков и сферы деятельности специалиста в сфере международных связей с общественностью и рекламы. В ходе изучения курса у студентов формируются представления о понятийном аппарате данной дисциплины, определяется место и роль связей с общественностью как социального института, научные критерии и принципы деятельности, стандарты образования, показатели эффективности.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает: специфику межкультурной коммуникации в различных функциональных сферах: межличностной, социальной, публичной,

	межгрупповой, профессиональной, массовой коммуникации и коммуникации внутри малых групп. Умеет: применять технологии связей с общественностью в сферах деятельности, которые в настоящее время реализуются посредством межкультурной коммуникации: бизнес, управление, консалтинговая деятельность, образование, наука, общественно-политическая деятельность, журналистика и т.д. Имеет практический опыт: адекватного взаимопонимания участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знает: основные содержательные и структурные особенности PR-текстов и коммуникационных продуктов, являющихся инструментами межкультурного взаимодействия людей. Умеет: создавать PR-тексты и коммуникационные продукты с учетом национально-культурной специфики языкового, речевого и коммуникативного поведения участников процесса коммуникации; Имеет практический опыт: анализа и создания коммуникационных продуктов с использованием собственной системы кодировки, норм, установок и форм поведения, принятых в родной культуре, а также анализа коммуникационных продуктов с иными кодировками, нормами, установками и поведением

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Нет	1.О.08 История и теория медиа

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

Нет

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
		1

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 реферата	14	14
Конспектирование источников	7	7
Выполнение практических заданий	14	14
Подготовка к зачету	20,75	20.75
Подготовка доклада и презентации	14	14
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Становление межкультурной коммуникации как области знаний	4	2	2	0
2	Виды и уровни межкультурной коммуникации	4	2	2	0
3	Средства массовой коммуникации как источник познания другой культуры	4	2	2	0
4	Специфика коммуникаций в странах мира	4	2	2	0
5	Особенности развития рекламы и связей с общественностью в современных условиях глобализации	4	2	2	0
6	Мировой рынок рекламы. Специфика международной рекламы. Реклама глобальных брендов.	4	2	2	0
7	Международный PR: особенности и проблемы. Международная выставочная деятельность.	4	2	2	0
8	Россия на мировом рынке рекламы и PR. Образ России в международной рекламе и PR.	4	2	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол- во часов
1	1	Становление межкультурной коммуникации как области знаний	2
2	2	Виды и уровни межкультурной коммуникации	2
3	3	Средства массовой коммуникации как источник познания другой культуры	2
4	4	Специфика коммуникаций в странах мира	2
5	5	Особенности развития рекламы и связей с общественностью в современных условиях глобализации	2
6	6	Мировой рынок рекламы. Специфика международной рекламы. Реклама глобальных брендов.	2
7	7	Международный PR: особенности и проблемы. Международная выставочная деятельность.	2
8	8	Россия на мировом рынке рекламы и PR. Образ России в международной	2

		рекламе и PR.	
--	--	---------------	--

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Становление межкультурной коммуникации как области знаний	2
2	2	Виды и уровни межкультурной коммуникации	2
3	3	Средства массовой коммуникации как источник познания другой культуры	2
4	4	Специфика коммуникаций в странах мира	2
5	5	Особенности развития рекламы и связей с общественностью в современных условиях глобализации	2
6	6	Мировой рынок рекламы. Специфика международной рекламы. Реклама глобальных брендов.	2
7	7	Международный PR: особенности и проблемы. Международная выставочная деятельность.	2
8	8	Россия на мировом рынке рекламы и PR. Образ России в международной рекламе и PR.	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 реферата	Тен, Ю. П. Культурология и межкультурная коммуникация [Текст] учебник по дисциплине "Культурология" по направлению "Лингвистика и межкультур. коммуникации" Ю. П. Тен. - Ростов н/Д: Феникс, 2007. - 328, [1] с. 21 см.	1	14
Конспектирование источников	Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации Учеб. для вузов по специальности "Межкультур. коммуникация" Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин; Под ред. А. П. Садохина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 352 с.	1	7
Выполнение практических заданий	Головлева, Е. Л. Основы межкультурной коммуникации [Текст] учеб. пособие Е. Л. Головлева. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 222 с. 20 см.	1	14
Подготовка к зачету	Шарков, Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации. Учебник для бакалавров рекламы и связей с общественностью [Текст] учебник для вузов по специальности "Связи с	1	20,75

	общественностью" (модуль дисциплин "Коммуникология") Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр.; Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К : Издательство Шаркова, 2012. - 591 с. 21 см Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации Учеб. для вузов по специальности "Межкультур. коммуникация" Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин; Под ред. А. П. Садохина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 352 с.		
Подготовка доклада и презентации	Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации Учеб. для вузов по специальности "Межкультур. коммуникация" Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин; Под ред. А. П. Садохина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 352 с. Тен, Ю. П. Культурология и межкультурная коммуникация [Текст] учебник по дисциплине "Культурология" по направлению "Лингвистика и межкультур. коммуникации" Ю. П. Тен. - Ростов н/Д: Феникс, 2007. - 328, [1] с. 21 см.	1	14

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	1	Текущий контроль	Творческое задание	1	10	При оценке творческого задания учитывается: - убедительность (способность доказать свою точку зрения); - оригинальность (способность продуцировать отдалённые ассоциации и необычные ответы); - семантическая гибкость (способность выделить функцию объекта и предложить её новое использование); - образная адаптивная гибкость (способность изменить восприятие рассматриваемого объекта таким образом, чтобы видеть его новые	зачет

					скрытые от наблюдения стороны). 8 -10 баллов («отлично») - грамотное составление структуры презентации; качественное оформление слайдов и содержание текстов; оригинальное творческое решение проблемы. 5 - 7 баллов («хорошо») - грамотная структурирование и подбор визуального ряда по теме, но содержание текстов творческого задания не везде соответствует заявленной теме. 2- 4 балла («удовлетворительно») - недостаточно корректное решение творческой задачи, ошибки в тексте. 0 -1 балл («неудовлетворительно») - презентация выполнена с грубыми ошибками, содержание текста не соответствует проблеме; задание не соответствует уровню требований.		
2	1	Текущий контроль	Реферат	1	20	17-20 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. 13-16 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. 8-12 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	зачет

					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. 1-7 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 0 баллов - задание не выполнено 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	
3	1	Текущий контроль	Анализ корпоративной культуры по Г. Хофстеде	1	10	зачет
4	1	Текущий контроль	Доклад и презентация	1	20	зачет

					полном объеме: необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; способность представлять результаты исследования в творческой форме; понимание роли данных знаний в профессиональной деятельности; 13-16 баллов (хорошо) – относительно полное освещение заданной темы, включающий анализ нормативных и литературных источников, продемонстрированы в целом: необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; способность представлять результаты исследования в творческой форме; понимание роли данных знаний в профессиональной деятельности; 9-12 баллов (удовлетворительно) – не достаточно полное освещение заданной темы, допущены неточности; отсутствует анализ нормативных и литературных источников; частично продемонстрированы: необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; способность представлять результаты исследования в творческой форме; понимание роли данных знаний в профессиональной деятельности; 1-8 балла – слабое освещение заданной темы, допущены многочисленные неточности; 0 баллов – задание не выполнено.	
5	1	Бонус	Участие в конкурсах и олимпиадах	-	15 Магистрант 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	зачет
6	1	Бонус	Выступление с	-	10 Магистрант представляет документы,	зачет

			докладом на конференции, подготовка публикаций по тематике курса.			подтверждающие участие в конференции или публикацию статьи (программу конференции, сборник материалов конференции, сборник статей). Максимально возможная величина бонус рейтинга +10 %: + 5% - выступление с докладом на конференции + 10 – публикация статьи.	
7	1	Промежуточная аттестация	зачет	-	40	На зачете 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). Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг. Критерии оценки: «зачтено» - 24-40 баллов; «незачтено» - 0-23 балла	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	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 %. Неудовлетворительная оценка: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0-59 %. Обучающийся может повысить свой рейтинг, пройдя процедуру промежуточной аттестации – зачет. Максимальный балл за зачет – 40 (вклад в рейтинг по дисциплине составляет 40%). Зачет предполагает устный ответ на 2 вопроса из списка. Список содержит перечень вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На подготовку к ответу отводится 30 мин. По результатам зачета и после подсчета суммы баллов, рассчитывается величина рейтинга обучающегося по дисциплине как процент набранных на зачете баллов данным студентом от максимально возможных баллов за экзамен (40). Рейтинг по дисциплине равен сумме рейтинга по текущему	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	контролю, рейтинга по промежуточной аттестации. Порядок начисления баллов: Оценка «зачтено» - 24-40 баллов Предполагает: • Хорошее знание основных терминов и понятий курса; • Хорошее знание и владение методами и средствами решения задач; • Последовательное изложение материала курса; • Умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов; • Достаточно полные ответы на вопросы; • Умение использовать фундаментальные понятия из базовых естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин при ответе. 2. Оценка «не зачтено» 0-23 балла Предполагает: • Неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса; • Неумение решать задачи; • Отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса; • Неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов; • Неумение использовать фундаментальные понятия из базовых естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин при ответах.	
--	--	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ						
		1	2	3	4	5	6	7
УК-5	Знает: специфику межкультурной коммуникации в различных функциональных сферах: межличностной, социальной, публичной, межгрупповой, профессиональной, массовой коммуникации и коммуникации внутри малых групп.	+	+	+	+	+	+	+
УК-5	Умеет: применять технологии связей с общественностью в сферах деятельности, которые в настоящее время реализуются посредством межкультурной коммуникации: бизнес, управление, консалтинговая деятельность, образование, наука, общественно-политическая деятельность, журналистика и т.д.	+	+	+	+	+	+	+
УК-5	Имеет практический опыт: адекватного взаимопонимания участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам	+				+	+	+
ОПК-3	Знает: основные содержательные и структурные особенности PR-текстов и коммуникационных продуктов, являющихся инструментами межкультурного взаимодействия людей.							+
ОПК-3	Умеет: создавать PR-тексты и коммуникационные продукты с учетом национально-культурной специфики языкового, речевого и коммуникативного поведения участников процесса коммуникации;							+
ОПК-3	Имеет практический опыт: анализа и создания коммуникационных продуктов с использованием собственной системы кодировки, норм, установок и форм поведения, принятых в родной культуре, а также анализа коммуникационных продуктов с иными кодировками, нормами, установками и поведением							+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация [Текст] учеб. пособие для студентов, аспирантов и соискателей по специальности "Лингвистика и межкультур. коммуникация" С. Г. Тер-Минасова. - М.: Слово, 2000. - 261,[1] с.

2. Шарков, Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации. Учебник для бакалавров рекламы и связей с общественностью [Текст] учебник для вузов по специальности "Связи с общественностью" (модуль дисциплин "Коммуникология") Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр.; Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К : Издательство Шаркова, 2012. - 591 с. 21 см

б) дополнительная литература:

1. Тен, Ю. П. Культурология и межкультурная коммуникация [Текст] учебник по дисциплине "Культурология" по направлению "Лингвистика и межкультур. коммуникации" Ю. П. Тен. - Ростов н/Д: Феникс, 2007. - 328, [1] с. 21 см.

2. Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации Учеб. для вузов по специальности "Межкультур. коммуникация" Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин; Под ред. А. П. Садохина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 352 с.

3. Головлева, Е. Л. Основы межкультурной коммуникации [Текст] учеб. пособие Е. Л. Головлева. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 222 с. 20 см.

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

1. Вестник Московского университета. Серия 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация науч. журн.: 16+ Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова (МГУ) журнал. - М.: Издательство Московского университета, 2008-

2. PR в России : междунар. проф. журн. / Изд. дом "Соврем. экономика". - М.. -. URL: <http://www.prjournal.ru/>

3. Реклама. Теория и практика : ежекв. журн.: 16+ / ЗАО "Издат. дом Гребенникова". - М., 2006-2016. -

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.

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.

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
Зачет	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. Парты 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 (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.
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.