

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель направления

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Череднякова А. Б. Пользователь: cheredniakovaab Дата подписания: 26.05.2022	

А. Б. Череднякова

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.0.35 Политический консалтинг  
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
уровень Бакалавриат  
форма обучения заочная  
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

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Шестеркина Л. П. Пользователь: shesterkinalp Дата подписания: 24.05.2022	

Разработчик программы,  
д.филол.н., доц., профессор

Е. М. Хакимова

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Хакимова Е. М. Пользователь: khakimovaem Дата подписания: 24.05.2022	

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - изучение особенностей современного политического консалтинга. Задачи: 1) осмыслить причины возникновения политического консалтинга; 2) изучить технологии в области политического PR и рекламы; 3) рассмотреть кейсы, отражающие опыт успешных политических консультантов.

## Краткое содержание дисциплины

Дисциплина "Политический консалтинг" изучает деятельность специалистов по рекламе и связям с общественностью в области политических коммуникаций; курс рассчитан на один семестр, форма контроля - зачет.

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

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает: Специфику функционирования современных общественных и государственных институтов как одного из базовых факторов рекламной и PR-деятельности. Умеет: Выявлять важные аксиологические, юридические, экономические и иные детерминанты взаимодействия общественных и государственных институтов в политическом процессе, а также определять способы управления каналами их политической коммуникации. Имеет практический опыт: Идентификации рекламных и PR-технологий, использованных общественными и государственными структурами в ходе избирательных кампаний.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает: "Основные характеристики целевой аудитории, значимые для разработки коммуникационных продуктов в сфере политической рекламы и связей с общественностью. Умеет: Использовать новые информационные технологии для изучения запросов и потребностей отдельных целевых аудиторий и общества в целом. Имеет практический опыт: "Анализа отечественных и зарубежных медиаисточников, отражающих политические интересы, ожидания, поведение разных социальных групп. "

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.31 История рекламы и PR, 1.О.21 Психология массовых коммуникаций,	1.О.29 Экономика организации рекламы и связей с общественностью

1.О.19 Основы теории коммуникации, 1.О.16 Статистика, 1.О.22 Теория и практика массовой информации, 1.О.24 Маркетинг, Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (4 семестр)	
--	--

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

Дисциплина	Требования
1.О.24 Маркетинг	Знает: основные понятия маркетинга, факторы маркетинговой среды, критерии оценивания рынка, принципы сегментирования; виды маркетинговой информации и способы ее получения; приемы ценообразования, принципы командообразования, распределения ролей и функционала при работе с маркетинговым проектом; принципы коммуникации, приемы управления маркетинговой деятельностью на предприятии. Умеет: проводить анализ маркетинговой среды предприятия, осуществлять выбор инструментов маркетинга; определять методику оценки эффективности маркетинговых мероприятий, осуществлять выбор средств и методов коммуникации; планировать маркетинговую деятельность на предприятии. Имеет практический опыт: использования инструментов для анализа микро и макросреды; выбора инструментов комплекса маркетинга; использования и анализа эффективности применения маркетинговых технологий, планирования маркетинговых действий, работы в команде.
1.О.22 Теория и практика массовой информации	Знает: важнейшие достижения в сфере развития общественных и государственных институтов, основные запросы и потребности общества в сфере рекламы и связей с общественностью. Умеет: создавать медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов, выявлять и прогнозировать потребности целевых аудиторий. Имеет практический опыт: создания медиатекстов и коммуникационных продуктов, выявления ключевых запросов общества, определения потребностей реальных и потенциальных целевых групп.
1.О.21 Психология массовых коммуникаций	Знает: потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности с точки зрения психологии массовых коммуникаций, теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Умеет: применять практические навыки при работе с аудиторией и анализе

	реальных сообщений. Имеет практический опыт: работы в области психологии массовой коммуникации, проведения исследований в области психологии массовых коммуникаций.
1.О.31 История рекламы и PR	Знает: примеры лучших образцов достижений отечественной и мировой культуры. Умеет: применять многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов. Имеет практический опыт: создания медиапродуктов, коммуникационных продуктов с учетом достижений мировой культуры.
1.О.16 Статистика	Знает: основные инструменты, используемые для описания экономических процессов и явлений, методы построения и анализа основных статистических показателей. Умеет: строить стандартные прогнозы в профессиональной деятельности, направленные на удовлетворение общественных потребностей, использовать основные методы обработки и анализа данных наблюдений и эксперимента. Имеет практический опыт: применения современных методик анализа и интерпретации полученных результатов в рамках профессиональной деятельности, работы со статистическими таблицами.
1.О.19 Основы теории коммуникации	Знает: основные понятия, структуру и законы коммуникации, историю социальной коммуникации, основные модели коммуникации. Умеет: анализировать основные проблемы социальной коммуникации, используя коммуникационные категории. Имеет практический опыт: изучения, анализа и организации групповой коммуникации; опыт групповой дискуссии.
Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (4 семестр)	Знает: профессиональные задачи и функции в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; основные принципы работы в трудовом коллективе и сотрудничества с коллегами, имеющими социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; особенности современной медиаиндустрии и запросы рекламодателей в актуальных медиапродуктах. Умеет: решать профессиональные задачи в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; выстраивать взаимоотношения с коллегами и руководителями трудового коллектива, уважительно относиться к чужой точке зрения, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; создавать коммуникационные и медиапродукты с учетом потребностей объекта продвижения. Имеет практический опыт:

	осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; межличностного, профессионального, официально-делового общения в трудовом коллективе с коллегами, имеющими социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; в создании и продвижении коммуникационных и медиапродуктов в соответствии с запросами рекламодателей.
--	---

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 12,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	8
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72	
<i>Аудиторные занятия:</i>	8	8	
Лекции (Л)	4	4	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	59,75	59,75	
с применением дистанционных образовательных технологий	0		
Изучение рекламные и PR-технологии в политике с выполнением практических заданий	14,75	14.75	
Подготовка сообщения по теме "Политические консультанты: опыт работы"	15	15	
Подготовка к зачету	15	15	
Изучение политических процессов в России с выполнением практических заданий	15	15	
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25	
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	Политический консалтинг в системе связей с общественностью и рекламы	1	1	0	0
2	Политический процесс и политическая система	1	1	0	0
3	Политическое позиционирование	1	1	0	0
4	Манипуляции с информационным поводом	1	0	1	0

5	Формирование повестки дня	1	0	1	0
6	Спиндокторинг в политических коммуникациях	1	0	1	0
7	Рекламные и PR-технологии в политике	1	1	0	0
8	Политические консультанты: опыт работы	1	0	1	0

## 5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Политический консалтинг в системе связей с общественностью и рекламы	1
2	2	Политический процесс и политическая система	1
3	3	Политическое позиционирование	1
4	7	Рекламные и PR-технологии в политике	1

## 5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	4	Манипуляции с информационным поводом	1
2	5	Формирование повестки дня	1
3	6	Спиндокторинг в политических коммуникациях	1
4	8	Политические консультанты: опыт работы	1

## 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
Изучение рекламные и PR-технологии в политике с выполнением практических заданий	Политтехнологии третьего поколения. - <a href="https://www.youtube.com/playlist?list=PLBAnu4YEjPOLSMxa2FmS09HjCDJhDQWAk">https://www.youtube.com/playlist?list=PLBAnu4YEjPOLSMxa2FmS09HjCDJhDQWAk</a>	8
Подготовка сообщения по теме "Политические консультанты: опыт работы"	Рейтинг политтехнологов. - <a href="https://cpkr.ru/issledovaniya/budushchee/reyting-polittekhnologov/">https://cpkr.ru/issledovaniya/budushchee/reyting-polittekhnologov/</a>	8
Подготовка к зачету	1. Ольшанский, Д. В. Политический консалтинг Учеб. пособие для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" Д. В. Ольшанский, В. Ф. Пеньков. - СПб. и др.: Питер, 2005. - 447 с. ил. 2. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС	8

	Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/454082">https://urait.ru/bcode/454082</a>	
Изучение политических процессов в России с выполнением практических заданий	Константин Кынев. - <a href="https://www.youtube.com/channel/UCYVvQ9moq-oxHxLs1fK10uA">https://www.youtube.com/channel/UCYVvQ9moq-oxHxLs1fK10uA</a>	8

## 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	8	Текущий контроль	Специфика политического процесса в России	1	10	Баллы начисляются 1) за ответы на вопросы по теме; 2) написание эссе. Задание 1 – 5 баллов (один балл за каждый правильный ответ на вопрос). Задание 2 – 5 баллов (актуальные примеры, логичность, структурированность, грамотность текста); 4 балла (незначительные недочеты в суждениях или в приведенных примерах); 3 балла (несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, устаревшие примеры, нарушения языкового стандарта); 2–0 баллов (несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, нарушения языкового стандарта, отсутствие примеров либо работа не выполнена).	зачет
2	8	Текущий контроль	Политическое позиционирование	1	10	Баллы начисляются за написание эссе. 10–9 баллов – эссе логично, хорошо структурировано, содержит актуальные примеры, нет нарушений языковых норм. 7–8 баллов – есть незначительные недочеты в суждениях или в приведенных примерах. 6 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, устаревшие примеры, нарушения языкового стандарта.	зачет

						5–0 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, отсутствие примеров, нарушения языкового стандарта либо работа не выполнена.	
3	8	Текущий контроль	Манипуляции с информационным поводом в политических коммуникациях	1	10	<p>Баллы начисляются за составление аналитической записи.</p> <p>10–9 баллов – ответ логичен, хорошо структурирован, содержит актуальные примеры, нет нарушений языковых норм.</p> <p>7–8 баллов – есть незначительные недочеты в суждениях или в приведенных примерах.</p> <p>6 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, устаревшие примеры, нарушения языкового стандарта.</p> <p>5–0 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, отсутствие примеров, нарушения языкового стандарта либо работа не выполнена.</p>	зачет
4	8	Текущий контроль	Формирование повестки дня	1	10	<p>Баллы начисляются за составление аналитической записи.</p> <p>10–9 баллов – ответ логичен, хорошо структурирован, содержит актуальные примеры, нет нарушений языковых норм.</p> <p>7–8 баллов – есть незначительные недочеты в суждениях или в приведенных примерах.</p> <p>6 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, устаревшие примеры, нарушения языкового стандарта.</p> <p>5–0 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, отсутствие примеров, нарушения языкового стандарта либо работа не выполнена.</p>	зачет
5	8	Текущий контроль	Политические консультанты: опыт работы	1	20	<p>Баллы начисляются за сообщение и электронную презентацию «Досье на героя в области политического консалтинга».</p> <p>20–18 баллов – доклад и презентация логичны, хорошо структурированы, содержат актуальные примеры, нет нарушений языковых норм.</p> <p>17–14 баллов – есть незначительные недочеты в суждениях или в приведенных примерах.</p> <p>13–12 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, устаревшие примеры, нарушения языкового стандарта.</p>	зачет

						11–0 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, отсутствие примеров, нарушения языкового стандарта либо работа не выполнена.	
6	8	Промежуточная аттестация	Задание на зачете: вопрос из списка по выбору преподавателя	-	40	<p>На зачете происходит оценивание учебной деятельности студентов на основе оценок, полученных 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 % или желает улучшить результат. Зачет проходит в форме письменного ответа на вопрос из списка по выбору преподавателя.</p> <p>Зачтено: 24 - 40 (релевантная информация по проблеме, владение терминологическим аппаратом, актуальные примеры).</p> <p>Не зачтено 0 - 23 (отсутствие релевантной информации по предмету и актуальных примеров, незнание содержания терминов).</p>	зачет

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Процедура проведения зачета: в назначенное время студент является в указанную аудиторию и предъявляет преподавателю зачетную книжку; преподаватель выдает задание – вопрос по содержанию курса из размещенного на ресурсе «Электронный ЮУрГУ» списка; студент отвечает на вопрос письменно в течение 30 минут; преподаватель проверяет работу, указывает на допущенные ошибки, при необходимости задает дополнительные вопросы; по результатам собеседования при достаточном количестве баллов в зачетную книжку ставится зачет.</p>	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

		1	2	3	4	5	6
ОПК-2	Знает: Специфику функционирования современных общественных и государственных институтов как одного из базовых факторов рекламной и PR-деятельности.	+++	+++	+++	+++	+++	+++
ОПК-2	Умеет: Выявлять важные аксиологические, юридические, экономические и иные детерминанты взаимодействия общественных и государственных институтов в политическом процессе, а также определять способы управления каналами их политической коммуникации.	+++	+++	+++	+++	+++	+++
ОПК-2	Имеет практический опыт: Идентификации рекламных и PR-технологий, использованных общественными и государственными структурами в ходе избирательных кампаний.	+++	+++	+++	+++	+++	+++
ОПК-4	Знает: "Основные характеристики целевой аудитории, значимые для разработки коммуникационных продуктов в сфере политической рекламы и связей с общественностью.	++	++	++	++	++	++
ОПК-4	Умеет: Использовать новые информационные технологии для изучения запросов и потребностей отдельных целевых аудиторий и общества в целом.	++	++	++	++	++	++
ОПК-4	Имеет практический опыт: "Анализа отечественных и зарубежных медиаисточников, отражающих политические интересы, ожидания, поведение разных социальных групп. "	++	++	++	++	++	++

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

1. Ольшанский, Д. В. Политический консалтинг Учеб. пособие для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" Д. В. Ольшанский, В. Ф. Пеньков. - СПб. и др.: Питер, 2005. - 447 с. ил.
2. Соловьев, А. И. Политология : Политическая теория, политические технологии [Текст] учеб. для вузов А. И. Соловьев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 574, [1] с.

#### б) дополнительная литература:

1. Исаев, Б. А. Политические отношения и политический процесс в современной России [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению подгот. ВПО 030200 "Политология" Б. А. Исаев, Н. А. Баранов. - СПб. и др: Питер, 2009. - 394 с. 22 см.
2. Гаджиев, К. С. Политология [Текст] учебник для вузов К. С. Гаджиев, Э. Н. Примова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 383, [1] с.

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

1. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6, Политология. Международные отношения науч.-теорет. журн.: 18+ Санкт.-Петербург. ун-т журнал. - СПб., 2015-
2. Политический вектор-PRO : Комплексные проблемы современной политики науч. журн. журнал. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013-

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Прикладная политология: политический консалтинг и экспертиза: учеб.-метод. пособие / отв. ред. А.В. Баранов. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2020. – 200 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

### Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/454486">https://urait.ru/bcode/454486</a>
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/453280">https://urait.ru/bcode/453280</a>
3	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/454082">https://urait.ru/bcode/454082</a>
4	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Гр и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02436-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/450420">https://urait.ru/bcode/450420</a>
5	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Исаев, Б. А. История партий и партийных систем. Ч. 1. История партий : учебник и практикум для вузов / Б. А. Исаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 218 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07685-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/451589">https://urait.ru/bcode/451589</a>
6	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Исаев, Б. А. История партий и партийных систем. Ч. 2. История партийных систем : учебник и практикум для вузов / Б. А. Исаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 253 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07733-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/451590">https://urait.ru/bcode/451590</a>

Перечень используемого программного обеспечения:

## 1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. ООО "ИВИС"-База данных периодических изданий ИВИС(26.02.2022)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	450 (1)	Компьютер, проектор (мультидийный комплекс)
Лекции	450 (1)	Компьютер, проектор (мультидийный комплекс)
Зачет,диф.зачет	450 (1)	Компьютер, проектор (мультидийный комплекс)