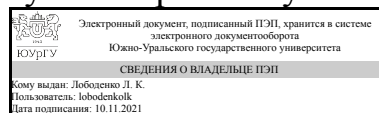


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт медиа и социально-
гуманитарных наук



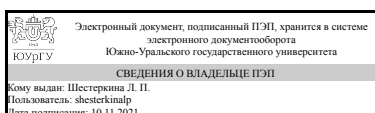
Л. К. Лободенко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.07 Корпоративная культура
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

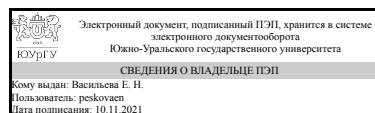
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

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



Л. П. Шестеркина

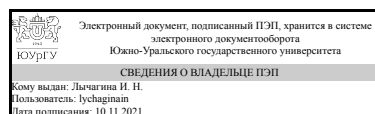
Разработчик программы,
к.филол.н., доцент (кн)



Е. Н. Васильева

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления
к.пед.н., доц.



И. Н. Лычагина

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - научить студентов планированию и реализации комплекса мероприятий по формированию или поддержанию корпоративной культуры компании, грамотному решению проблемных ситуаций, а также сформировать навык аналитической работы в данной области. Задачи: 1. Определить место корпоративной культуры в системе продвижения организации, выявить степень и уровни соотношения с другими составляющими. 2. Изучить основные понятия, функции, элементы, виды корпоративной культуры. 3. Рассмотреть основные инструменты формирования и поддержания корпоративной культуры. 4. Изучить особенности корпоративной культуры многонациональной организации.

Краткое содержание дисциплины

Изучение данного курса предполагает не только теоретическую подготовку студентов в вопросах структуры, функций корпоративной культуры, но и формирование у них практических умений и навыков по формированию, диагностике, совершенствованию и поддержанию корпоративной культуры на достойном уровне в организациях разного уровня и сфер деятельности.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает: Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации. Умеет: Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации. Имеет практический опыт: Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности.
ПК-5 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности. Умеет: Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.06 Имиджелогия	1.Ф.09 Практикум по видам профессиональной деятельности, 1.Ф.03 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

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

Дисциплина	Требования
1.Ф.06 Имиджелогия	Знает: Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций., Основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности). Умеет: Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности, Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий. Имеет практический опыт: Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях. , В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне.

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
		5
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

Самостоятельная работа (СРС)	51,5	51,5
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Решение кейсов	10	10
Выполнение домашних заданий	11,5	11.5
Просмотр видеофильма	2	2
Подготовка электронных презентаций	8	8
Выполнение контрольных точек	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	Основы корпоративной культуры	4	2	2	0
2	Особенности формирования и поддержания корпоративной культуры	36	10	26	0
3	Корпоративная культура и межкультурная коммуникация	8	4	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Теоретические основы изучения корпоративной культуры	2
2	2	Функции и элементы корпоративной культуры	2
3	2	Виды корпоративной культуры	2
4	2	Документы, регламентирующие деятельность специалиста в вопросах корпоративной культуры	2
5	2	Фирменный стиль как компонент корпоративной культуры	2
6	2	Корпоративное издание как компонент корпоративной культуры	2
7	3	Теории национального характера культур	2
8	3	Особенности корпоративной культуры многонациональной корпорации	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Корпоративная культура: подходы к определению термина, смежные понятия	2
2	2	Направленность корпоративной культуры, требования к компонентам ее структуры	2
3, 4	2	Корпоративный кодекс, корпоративный стандарт, регламент и т.д.: особенности составления, виды	4
5, 6	2	Элементы и виды корпоративной культуры	4
7	2	Элементы фирменного стиля, требования к их оформлению	2
8	2	Применение фирменного стиля в процессе формирования или поддержания	2

		корпоративной культуры	
9	2	Сценарий специального мероприятия	2
10	2	Протоколно-этикетные выступления	2
11	2	Работа над корпоративным изданием: технологический цикл	2
12	2	Деловая игра	2
13, 14	2	Контент веб-сайта и корпоративная культура	4
15	3	Примеры компаний по классификациям национального характера культур	2
16	3	Анализ видеофильма, демонстрирующего особенности корпоративной культуры многонациональной корпорации	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
Решение кейсов	1. Демин, Д. Корпоративная культура: 10 самых распространенных заблуждений / Д. Демин. - М.: Альпина Паблишер, 2010. – С. 51-58; 2. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия вузов по специальностям экономики и упр. / В. М. Маслова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — лекции; 4. Сами кейсы
Выполнение домашних заданий	1. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов по специальности упр. В. М. Маслова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 36-38; 2. Демин, Д. Корпоративная культура: 10 самых распространенных заблуждений / Д. Демин. – М.: Издательство "Альпина Паблишер", 2010; 3. Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме / В.Г. Зинченко. – М.: Издательство «ФЛИНТА», 2007. – С. 215-221; 4. Минаева, Л. В. Внутрикorporативная коммуникация с общественностью. Теория и практика: учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) «Внутрикorporативная коммуникация с общественностью» / Л. В. Минаева. - М. : Аспект Пресс , 2010. С. 20-25; 76-84; 84-92; 95-100; 218-255; 260-269; 5. Все лекции
Просмотр видеофильма	https://yandex.ru/video/preview/?text=страх%20и%20трепет%20фильм%20смотреть%20онлайн&reqid=1636045187007258-8551648566654819867-sas3-0973-1aa-sas-17-balancer-8080-BAL-2046&wiz_type=vital&filmId=3817180196064641292
Подготовка электронных презентаций	1. Пескова, Е.Н. Публичная презентация / Е.Н. Пескова // Студенческий PR-проект. - Челябинский центр ЮУрГУ, 2010. - С. 63-69; 2. Каптерев, А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир / А. Каптерев. - М.: Издательство "Манн, Иванов и Фербер, 2014. - С. 1-100
Выполнение контрольных точек	1. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов по специальности упр. / В. М. Маслова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 46-61; С. 23; 2. Минаева, Л.В. Внутрикorporативная коммуникация с общественностью. Теория и практика: учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) «Внутрикorporативная коммуникация с общественностью» / Л.В. Минаева. - М.: Аспект Пресс , 2010. – С. 65-72; 3. Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме / В.Г. Зинченко. – М.: Издательство «ФЛИНТА», 2007. – С. 105-120; 4. Все лекции

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

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	Учитывается в ПА
1	5	Текущий контроль	Задание 1. Анализ корпоративного кодекса	1	5	<p>Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:</p> <p>Выявление достоинств документа</p> <p>Обоснованное выделение в документе недочетов, недоработок, ошибок</p> <p>Наличие/отсутствие приложений к кодексу</p> <p>Мнение о размещении документа на сайте компании</p> <p>Вывод по проведенному исследованию (о соответствии/несоответствии кодекса требованиям по его составлению, структуре, содержанию, качеству верстки, наличию элементов фирменного стиля, доступности для целевых групп)</p> <p>Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 3 балла.</p>	экзамен
2	5	Текущий контроль	Задание 2. Примеры видов и элементов корпоративной культуры	2	7	<p>Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:</p> <p>Аргументированность</p> <p>Правильность выбора типа корпоративной культуры</p> <p>Иллюстрации в ответе (в части, где дано описание элементов КК)</p> <p>Описание всех элементов КК</p> <p>Срок сдачи работы</p> <p>Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 4,2 балла.</p>	экзамен
3	5	Текущий контроль	Задание 3. Анализ фирменного стиля	2	12	<p>Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:</p> <p>Наличие элементов ФС</p> <p>Аргументированность</p> <p>Правильность</p> <p>Личное мнение о ФС компании и его носителях</p> <p>Развернутый вывод о соответствии ФС сфере деятельности компании, о системности использования элементов и качестве исполнения носителей</p> <p>Сроки сдачи</p> <p>Бонус (Представлено мнение о том, какие элементы и как нужно</p>	экзамен

						доработать ИЛИ Представлено мнение о том, какая группа носителей не задействована и описан способ ее применения) Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 7,2 балла.	
4	5	Текущий контроль	Задание 4. Представление "гостя"	2	13	<p>Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:</p> <p>Соответствие выступления заранее выданной структуре</p> <p>Предоставление слова «гостю»</p> <p>Свободное владение материалом</p> <p>Зрительный контакт с аудиторией и представляемым человеком</p> <p>Жестикуляция</p> <p>Мимика</p> <p>Соответствие выбранной студентом должности «гостя» его личным характеристикам, умениям и навыкам и т.д., отраженным в представлении</p> <p>Общее впечатление</p> <p>Оценка представления самим «гостем»</p> <p>Своевременность</p> <p>Бонус: Грамотное использование юмора</p> <p>Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 7,8 балла.</p>	экзамен
5	5	Текущий контроль	Задание 5. Сценарий корпоративного мероприятия	2	7	<p>Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:</p> <p>Соответствие сценария теме «Связки» между элементами сценария</p> <p>Простота исполнения</p> <p>Наличие всех компонентов задания (цель, структура сценария, критерии оценки эффективности)</p> <p>Правильность формулировок (цель, структура сценария, критерии оценки эффективности)</p> <p>Своевременность</p> <p>Общее впечатление</p> <p>Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 4,2 балла.</p>	экзамен
6	5	Текущий контроль	Задание 6. Деловая игра "Корпоративное	3	12	<p>Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:</p>	экзамен

			издание"			Соответствие схеме анализа Аргументированность Правильность Развернутый вывод о соответствии ФС сфере деятельности компании, о системности использования элементов и качестве исполнения носителей Командная работа Распределение ролей в команде Терпимость в отношении к чужому мнению Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 7,2 балла.	
7	5	Текущий контроль	Задание 7. Материал для корпоративного сайта или группы в социальных сетях	3	7	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Соответствие содержания материала носителю Творческая идея Соответствие требованиям жанра Грамотность Своевременность Общее впечатление Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 4,2 балла.	экзамен
8	5	Текущий контроль	Задание 8. Эссе по фильму	2	10	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Структура эссе Аргументированность Личное мнение Развернутый вывод Сроки сдачи Бонус (Представлено мнение о том, какие из особенностей корпоративной культуры, обозначенные в фильме, не свойственны российской компании, и почему) Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 6 баллов.	экзамен
9	5	Текущий контроль	Итоговый тест	3	30	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность. Тест состоит из 30 вопросов. Правильный ответ = 1 балл. Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от	экзамен

						максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 18 баллов.	
10	5	Бонус	Бонус 1	0	7	Бонус за участие в профессиональном конкурсе	экзамен
11	5	Бонус	Бонус 2	0	2	Посещение всех занятий	экзамен
12	5	Бонус	Бонус 3	0	5	Активная работа на всех практических занятиях: участие в обсуждение темы, подготовка презентаций для устных ответов и др.)	экзамен
13	5	Промежуточная аттестация	Экзамен	1	5	<p>Промежуточная аттестация выставляется по результатам выполнения студентами всех заданий курса в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе: "неудовлетворительно" - 0 - 59% "удовлетворительно" - 60-74% "хорошо" - 75-84% "отлично" - 85-100%</p> <p>Дисциплина "Корпоративная культура" содержит 9 контрольно-рейтинговых мероприятий (8 - Домашних заданий, 1 - тест) в рамках текущего контроля. Вклад заданий в рейтинг по дисциплине составляет 5% (1 КТ), 10% (5 КТ), 15% (3 КТ). Вес КРМ = 1 (1 КТ), 2 (5 КТ), 3 (3 КТ). Максимальный балл за все задания – 103 (что составляет 100% без зачета или 60% с зачетом от общего рейтинга). Для получения оценки «удовлетворительно» студенту нужно набрать не менее 61,8 балла (60%). Если студент набрал 59% и меньше, то ему предоставляется право сдавать экзамен в традиционной форме (устно по билетам). Общий максимальный балл за экзамен – 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 теме Владение терминологией по теме Студент на традиционном экзамене должен набрать не меньше 3 баллов, что составляет 60% от максимального балла за промежуточную аттестацию.</p>	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	<p>Промежуточная аттестация выставляется по результатам выполнения студентами всех заданий курса в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе: "неудовлетворительно" - 0 - 59% "удовлетворительно" - 60-74% "хорошо" - 75-84% "отлично" - 85-100% Дисциплина "Корпоративная культура" содержит 9 контрольно-рейтинговых мероприятий (8 - Домашних заданий, 1 - тест) в рамках текущего контроля. Вклад заданий в рейтинг по дисциплине составляет 5% (1 КТ), 10% (5 КТ), 15% (3 КТ). Вес КРМ = 1 (1 КТ), 2 (5 КТ), 3 (3 КТ). Максимальный балл за все задания – 103 (что составляет 100% без зачета или 60% с зачетом от общего рейтинга). Максимальный балл за все задания – 103. 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 за ним сохраняется право сдавать экзамен в традиционной форме (устно по билетам). Общий максимальный балл за экзамен – 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 теме Владение терминологией по теме Студент на традиционном экзамене должен набрать не меньше 3 баллов, что составляет 60% от максимального балла за промежуточную аттестацию. Бонус-рейтинг дает возможность студенту получить дополнительно 14%.</p>	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ПК-1	Знает: Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.			+		+	+	+	+		+		+	
ПК-1	Умеет: Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации.		+			+	+	+			+	+	+	
ПК-1	Имеет практический опыт: Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности.			+		+	+	+		+		+	+	
ПК-5	Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	+	+		+	+			+		+		+	
ПК-5	Умеет: Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям	+			+	+					+	+	+	
ПК-5	Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе				+	+	+			+		+	+	

подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.	
--	--

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

1. Развитие потенциала сотрудников : Профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации Текст С. В. Иванова и др. - 2-е изд. - М.: Альпина Паблишерз, 2009. - 279 с.

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

1. Человек и труд
2. Конкуренция и рынок
3. Управление персоналом
4. PR в России

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Соколова, Е.П. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Соколова, Е.П. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме https://e.lanbook.com/book/84378
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Демин, Д. Корпоративная культура: 10 самых распространенных заблуждений https://e.lanbook.com/book/95480#138
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Каптерев, А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир https://e.lanbook.com/book/62183
4	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Минаева, Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика https://e.lanbook.com/book/68859

5	Основная литература	Электронная библиотека Юрайт	Колесников, А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов https://urait.ru/viewer/korporativnaya-kultura-470006#page/1
6	Дополнительная литература	Электронная библиотека Юрайт	Маслова, В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов https://urait.ru/viewer/upravlenie-personalom-468476

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Microsoft-Windows(бессрочно)
3. Microsoft-Office(бессрочно)
4. 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
Практические занятия и семинары	239 (1)	Мультимедийное оборудование для демонстрации электронных презентаций, схем и т.д., просмотра видео, выхода в сеть Интернет и др.
Контроль самостоятельной работы	239 (1)	Мультимедийное оборудование для демонстрации электронных презентаций, схем и т.д., просмотра видео, выхода в сеть Интернет и др.