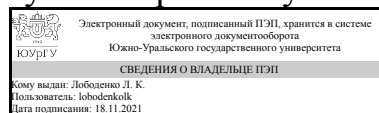


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт медиа и социально-
гуманитарных наук



Л. К. Лободенко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.06.02 Реклама и связи с общественностью в международной сфере

для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

уровень Бакалавриат

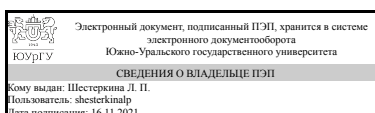
профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в новых медиа

форма обучения очная

кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

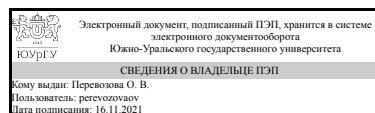
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

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



Л. П. Шестеркина

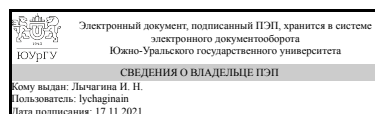
Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент (кн)



О. В. Первозова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной
программы
к.пед.н., доц.



И. Н. Лычагина

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - ознакомить обучающихся с основами связей с общественностью (PR-технологиями) в стратегических коммуникациях в сфере международного бизнеса и международных отношений; сформировать научное понимание методологии PR и профессиональное представление о роли связей с общественностью в международных отношениях как индустрии в системе международной коммуникации и решении внешнеполитических задач, создать возможности для применения их практических моделей и технологий в работе дипломатических и международных ведомств и организаций. Задачи: изучение актуальных направлений международной PR-деятельности как части международных медиа и коммуникаций; формирование системного понимания стратегической роли системы связей с общественностью на международном уровне; освоение технологий связей с общественностью в международном формате; понимание роли публич рилейшнз в управлении международным общественным мнением.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина «Связи с общественностью в международной сфере» является профильной, изучает многоуровневую систему международной PR-деятельности, модели управления международным общественным мнением, стратегии и технологии PR-коммуникаций, которые обеспечивают международное позиционирование и реализацию внешнеполитических целей, а также распространение влияния государственного языка и культуры, интересов страны в определенных сферах (бизнес, привлечение инвестиций). В ходе изучения дисциплины изучаются форматы развития репутации, гудвила и имиджа как применительно к стране, так и к разным участникам международного процесса, роль PR-технологий в ситуациях кризисов и конфликтов, в управлении проблемными зонами в системе международных отношений, концепты построения и организации международных программ и проектов. Овладение дисциплиной обеспечивает возможность как ведения научно-исследовательской и педагогической деятельности, так и работы во внешнеполитических учреждениях и международных организациях. Общий объем дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единицы, промежуточная аттестация в виде зачета.

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: Особенности рекламного и PR-продукта в международной сфере; Умеет: Создавать информационные поводы для международных рекламных и PR-проектов; Имеет практический опыт: Применения творческих решений в реализации рекламных и PR-проектов с учетом мирового и отечественного опыта |
| ПК-2 ПКО-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов | Знает: Особенности планирования и проведения международных рекламных и PR-кампаний |

| | |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | Умеет: Разрабатывать рекламные и PR-продукты с учетом специфики зарубежных рынков; Имеет практический опыт: Анализа международных рекламных и PR-проектов; |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Имиджелогия, Производственная практика, профессионально-творческая практика (4 семестр) | Современная пресс-служба, Планирование и проведение рекламной кампании, Практикум по видам профессиональной деятельности |

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

| Дисциплина | Требования |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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. |
| Производственная практика, профессионально-творческая практика (4 семестр) | Знает: Функционал менеджера по коммуникациям в рамках текущей деятельности отделов рекламы и связей с общественностью и принципы реализации коммуникационного проекта;, Принципы создания текстов по рекламе и связям с общественностью с учетом специфики каналов коммуникаций; Умеет: Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии , Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной и PR- |

| | |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | кампании; Имеет практический опыт: Участия в творческом процессе создания проектов по рекламе и связям с общественностью, Осуществления авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

| Вид учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах | |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------|--|
| | | Номер семестра | |
| | | 5 | |
| Общая трудоёмкость дисциплины | 72 | 72 | |
| <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> | 35,75 | 35,75 | |
| с применением дистанционных образовательных технологий | 0 | | |
| Подготовка вопросов к зачету | 10 | 10 | |
| Подготовка к семинарским занятиям, докладам-презентациям, аттестационным мероприятиям. | 11,75 | 11.75 | |
| Выполнение домашних заданий | 14 | 14 | |
| 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 | Международные связи с общественностью: система понятий, методология | 16 | 8 | 8 | 0 |
| 2 | Обзор исследований и практики по связям с общественностью в мире | 16 | 8 | 8 | 0 |

5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия | Кол-во часов |
|----------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1 | 1 | Теоретическая основа международных связей с общественностью: исследования и практика. | 2 |
| 2 | 1 | Особенности взаимосвязей культуры и коммуникаций в международном | 2 |

| | | | |
|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| | | пространстве | |
| 3 | 1 | Масс медиа и связи с общественностью в международной сфере | 2 |
| 4 | 1 | Связи с общественностью, народная дипломатия и стратегические коммуникации: международная модель концептуального сближения | 2 |
| 5 | 2 | Транснациональные связи с общественностью зарубежных правительств | 2 |
| 6 | 2 | Негосударственные организации и международные связи с общественностью | 2 |
| 7 | 2 | Связи с общественностью в Европе | 2 |
| 8 | 2 | Связи с общественностью в США, странах третьего мира | 2 |

5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара | Кол-во часов |
|-----------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1 | 1 | Международные связи с общественностью. Народная дипломатия и стратегические коммуникации | 2 |
| 2 | 1 | Мировые СМИ. Контроль мировых СМИ | 2 |
| 3 | 1 | Роль мировых СМИ в формировании образа нации | 2 |
| 4 | 1 | Особенности связей с общественностью в высоко контекстной культуре и низко контекстной культуре | 2 |
| 5 | 2 | Особенности международных связей с общественностью негосударственных организаций | 2 |
| 6 | 2 | Особенности связей с общественностью зарубежных правительств | 2 |
| 7 | 2 | Связи с общественностью в Австралии | 2 |
| 8 | 2 | Связи с общественностью в Японии | 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 вопросов к зачету | Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Учебное пособие для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2018. 198 с. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. Учебник. — М.: Питер. 2018. 288 с. | 5 | 10 |
| Подготовка к семинарским занятиям, докладам-презентациям, аттестационным мероприятиям. | Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Учебное пособие для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2018. 198 с. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. Учебник. — М.: Питер. 2018. 288 с. | 5 | 11,75 |

| | | | |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|
| Выполнение домашних заданий | Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Учебное пособие для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2018. 198 с. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. Учебник. — М.: Питер. 2018. 288 с. | 5 | 14 |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|

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 | Учи- тыва- ется в ПА |
|------|--------------|------------------|-----------------------------------------|-----|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| 1 | 5 | Текущий контроль | Творческо-аналитический практикум | 1 | 15 | Творческо-аналитический практикум предполагает написание эссе на тему: «Мировые СМИ: роль и значение в цифровой трансформации общества и укреплении международных связей с общественностью», подготовку презентацию к эссе, к публичному выступлению. Максимальный балл 15. 15 - 11 баллов - эссе написано в полном соответствии с жанром, презентация дополняет и сопровождает выступление, раскрыта основная идея, представлены оригинальные примеры, аргументы 10 - 8 баллов - эссе написано соответствии с жанром с небольшими замечаниями, презентация дополняет выступление, основная идея выражена, представлены примеры 7 - 4 балла - эссе написано с существенными нарушениями жанра, презентация не отличается оригинальностью, не дополняет и не сопровождает выступление, не раскрыта основная идея 0 баллов - задание не выполнено. Для того, чтобы задание было зачтено, студент должен выполнить не менее 60%, набрать не менее 9 баллов. | зачет |
| 2 | 5 | Текущий контроль | Творческо-аналитический практикум | 1 | 15 | Творческо-аналитический практикум предполагает подготовку выступления на тему: «Влияние мировых СМИ на формирование имиджа страны». | зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|-----------------------------------|---|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| | | | | | | <p>Максимальный балл 15.</p> <p>15-11 баллов - задание выполнено полностью, замысел и авторская идея раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, подобраны оригинальные примеры.</p> <p>10- 8 баллов - задание выполнено без существенных замечаний, замысел и авторская идея частично раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры</p> <p>7 - 5 баллов - задание выполнено с замечаниями, замысел и авторская идея не раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры</p> <p>4 - 0 баллов - задание не выполнено.</p> <p>Для того, чтобы задание было зачтено, студент должен выполнить не менее 60%, набрать не менее 9 баллов.</p> | |
| 3 | 5 | Текущий контроль | Творческо-аналитический практикум | 1 | 15 | <p>Творческо-аналитический практикум предполагает выступление на тему «Проблемы в области коммуникаций и рекламы, требующие решения на международном уровне. Роль коммуникаций в поддержании международного мира и безопасности, развития сотрудничества между государствами».</p> <p>Максимальный балл 15.</p> <p>15-11 баллов - задание выполнено полностью, замысел и авторская идея раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, подобраны оригинальные примеры.</p> <p>10- 8 баллов - задание выполнено без существенных замечаний, замысел и авторская идея частично раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры</p> <p>7 - 5 баллов - задание выполнено с замечаниями, замысел и авторская идея не раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры</p> <p>4 - 0 баллов - задание не выполнено.</p> <p>Для того, чтобы задание было зачтено, студент должен выполнить не менее 60%, набрать не менее 9 баллов.</p> | зачет |
| 4 | 5 | Текущий контроль | Творческо-аналитический практикум | 1 | 15 | <p>Творческо-аналитический практикум предполагает подготовку выступления на тему «PR-опыт одной выбранной страны».</p> <p>Максимальный балл 15.</p> <p>15-11 баллов - задание выполнено полностью, замысел и авторская идея раскрыты, подготовлена презентация,</p> | зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|--------------------------|-------|---|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| | | | | | | отражающая идею выступления, подобраны оригинальные примеры. 10- 8 баллов - задание выполнено без существенных замечаний, замысел и авторская идея частично раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры 7 - 5 баллов - задание выполнено с замечаниями, замысел и авторская идея не раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры 4 - 0 баллов - задание не выполнено. Для того, чтобы задание было зачтено, студент должен выполнить не менее 60%, набрать не менее 9 баллов. | |
| 5 | 5 | Промежуточная аттестация | Зачет | - | 40 | Зачет выставляется по итогам работы на практических и лекционных занятиях и выполнения контрольных точек (заданий и контрольных работ). При выполнении всех вышеуказанных требований студент получает зачет. В случае, если студент захочет улучшить результат текущей успеваемости может ответить по вопросам к зачету. Студент получает по 2 вопроса, требующий развернутого устного ответа. На подготовку к ответу дается 30 минут. При оценивании результатов используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) . Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре (если студент набрал 60 и более процентов за все виды работ) или проводится в виде устного ответа на вопросы (если студент набрал менее 60 процентов за все виды работ). | зачет |

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения | Критерии оценивания |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| зачет | Зачет выставляется по итогам работы на практических и лекционных занятиях и выполнения контрольных точек (заданий и контрольных работ). При выполнении всех вышеуказанных требований студент получает зачет. В случае, если студент захочет улучшить результат текущей успеваемости может ответить по вопросам к зачету. Студент получает по 2 вопроса, требующий развернутого устного ответа. На подготовку к ответу дается 30 минут. При оценивании результатов используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

| | | |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) . Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре (если студент набрал 60 и более процентов за все виды работ) или проводится в виде устного ответа на вопросы (если студент набрал менее 60 процентов за все виды работ). | |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

6.3. Оценочные материалы

| Компетенции | Результаты обучения | № КМ | | | | |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ПК-1 | Знает: Особенности рекламного и PR-продукта в международной сфере; | + | + | + | + | |
| ПК-1 | Умеет: Создавать информационные поводы для международных рекламных и PR-проектов; | + | + | + | + | |
| ПК-1 | Имеет практический опыт: Применения творческих решений в реализации рекламных и PR-проектов с учетом мирового и отечественного опыта | + | + | + | + | |
| ПК-2 | Знает: Особенности планирования и проведения международных рекламных и PR-кампаний | + | + | + | + | |
| ПК-2 | Умеет: Разрабатывать рекламные и PR-продукты с учетом специфики зарубежных рынков; | + | + | + | + | |
| ПК-2 | Имеет практический опыт: Анализа международных рекламных и PR-проектов; | + | + | + | + | |

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии [Текст: непосредственный] учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста [Текст] учебник для вузов по направлениям "Связи с общественностью" А. Г. Киселев. - СПб. и др.: Питер, 2011. - 399 с.
2. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг" Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов; под ред. С. Д. Резника. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: Академический проект, 2007. - 430, [1] с. ил.
3. 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.

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

1. Реферативный журнал. Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 4, Государство и право [Текст]

Рос. акад. наук, Ин-т науч. информации по обществ. наукам (ИНИОН)
реферативный журнал. - М., 1997-

2. Журналист ежемес. журн.: 12+ Издат. дом "Журналист" журнал. -
М., 1914-

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Международные и региональные PR-технологии.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Международные и региональные PR-технологии.

Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание |
|---|---------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Воскресенская Н. Г., Карпенко Е. В., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М. Международные и региональные PR-кампании в сфере бизнеса, политики и культуры: Учебно-методическое пособие. 2019. 41 с. https://e.lanbook.com/ |

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий | № ауд. | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий |
|---------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекции | 446 (1) | 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 – 44 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 | 446 (1) | 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 – 44 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. |