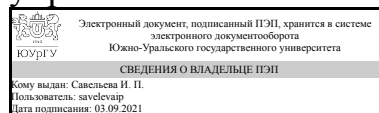


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



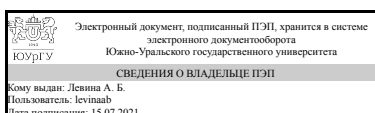
И. П. Савельева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины ДВ.1.12.01 Управление коммуникациями в организации
для направления 38.03.03 Управление персоналом
уровень бакалавр тип программы Прикладной бакалавриат
профиль подготовки Управление персоналом организации
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Менеджмент

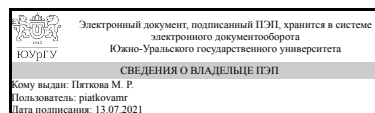
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утверждённым приказом Минобрнауки от 14.12.2015 № 1461

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



А. Б. Левина

Разработчик программы,
старший преподаватель



М. Р. Пяткова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: дать студентам представление о инструментах управления коммуникациями организации, о PR как средстве стратегического управления поведением во внешней и внутренней среде организации, инструменте влияния на них с помощью информационного взаимодействия. К задачам дисциплины относятся: • освоение методологии PR-решений; планирования PR-кампаний для внешних и внутренних целевых групп общественности; • формирование навыков разработки программы проведения мероприятий по связям с общественностью; • формирование навыков составления и презентации отчета по результатам проведенных мероприятий.

Краткое содержание дисциплины

Теория и практика связей с общественностью. История развития связей с общественностью. Сущность, роль и значение связей с общественностью в современном обществе. Функции служб и специалистов по связям с общественностью. Организация и планирование связей с общественностью в управлении персоналом Основные направления деятельности PR в управлении персоналом. Инструменты PR в управлении персоналом. Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом. Оценка качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	Знать: теоретические основы планирования и организации корпоративных коммуникаций; особенности планирования и оценки эффективности PR-мероприятий.
	Уметь: проводить анализ информационного поля объекта PR и разрабатывать рекомендации по коррекции его имиджа; формировать корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации; методами оценки качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом.
	Владеть: PR-методами управления корпоративными коммуникациями, формирования корпоративной культуры, конструирования имиджа организации; навыками информационно-коммуникативное обеспечение чрезвычайных ситуаций
ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Знать: основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России; особенности развития связей с общественностью в современной России;
	Уметь: применять основные методы и технологии связей с общественностью; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь при подготовке выступлений

	на различных новостных мероприятиях.
	Владеть: навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций; навыками организации и планирования PR-мероприятий; навыками подготовки материалов для непосредственной публикации в СМИ

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
В.1.14 Организационная культура	Не предусмотрены

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

Дисциплина	Требования
В.1.14 Организационная культура	Знать: методы воздействия на культуру организации в зависимости от её величины и стадии развития; внутренние и внешние факторы, формирующие корпоративную культуру. Уметь: анализировать элементы организационной символики; выбирать приемы управления корпоративной культурой на той или иной стадии жизненного цикла организации. Владеть: теоретическим инструментарием для анализа реальных и учебных ситуаций, пониманием целей и приоритетов развития российских предприятий; приёмами и методами диагностики культуры организаций с точки зрения соответствия стратегии её развития и организационных изменений

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		10
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	8	8
Лекции (Л)	2	2
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	6	6
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	64	64
Составить глоссарий	10	10
Самостоятельное изучение тем дисциплины	38	38

Подготовка к зачету	16	16
Вид итогового 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	Теория и практика связей с общественностью	1	1	0	0
2	Организация и планирование связей с общественностью в управлении персоналом	1	1	0	0
3	Основные направления деятельности PR в управлении персоналом.	2	0	2	0
4	Инструменты PR в управлении персоналом	2	0	2	0
5	Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом. Оценка качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом	2	0	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Теория и практика связей с общественностью. История развития связей с общественностью в мире и современной России. Цели, задачи, сущность, принципы, функции связей с общественностью .	1
1	2	Организация и планирование связей с общественностью в управлении персоналом. Организационные основы работы PR-подразделений. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам. Планирование работы отдела связей с общественностью в управлении персоналом.	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	3	Основные направления деятельности и связей с общественностью в управлении персоналом	2
2	4	Инструменты связей с общественностью в управлении персоналом	2
3	5	Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом. Оценка качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием	Кол-во часов

	разделов, глав, страниц)	
Подготовка к зачету	1. Лапшин, А.В. Коммуникации в управлении человеческими ресурсами. [Электронный ресурс] / А.В. Лапшин, Н.В. Гончарова. — Электрон. дан. — Нижний Новгород : ВГУВТ, 2014. — 100 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/60801 — Загл. с экрана. 2. Связи с общественностью в России: Законодательное регулирование, нормативные документы, практика Настол. справ. кн. Агентство "Деловые коммуникации"; Сост. и науч. ред. С. А. Большеева. - Екатеринбург: РИО "Каменск-Урал. гор. тип.", 1998. - 494 с. 3. Бареев, В.А. Коммуникационный менеджмент: Электронное учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 239 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/63821 — Загл. с экрана.	16
Самостоятельное изучение тем дисциплины	1. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учебное пособие В. М. Маслова ; под ред. П. Э. Шлендера - 2-е изд. - М. Вузовский учебник 2008 2. Лапшин, А.В. Коммуникации в управлении человеческими ресурсами. [Электронный ресурс] / А.В. Лапшин, Н.В. Гончарова. — Электрон. дан. — Нижний Новгород : ВГУВТ, 2014. — 100 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/60801 — Загл. с экрана. 3. 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.	38
Составить глоссарий	1. Лапшин, А.В. Коммуникации в управлении человеческими ресурсами. [Электронный ресурс] / А.В. Лапшин, Н.В. Гончарова. — Электрон. дан. — Нижний Новгород : ВГУВТ, 2014. — 100 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/60801 — Загл. с экрана. 2. Бареев, В.А. Коммуникационный менеджмент: Электронное учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 239 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/63821 — Загл. с экрана.	10

6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Использование методов, основанных на изучении практики (case studies)	Практические занятия и семинары	Задания для кейсов взяты из практики Российских и зарубежных компаний	2
Использование проблемно-ориентированного междисциплинарного подхода к изучению наук	Лекции	В лекциях приводятся примеры, показывающие связь дисциплины с другими дисциплинами, изучаемыми студентами. (например, при изучении темы 3 необходимо использование знаний дисциплины «Конфликтология» и «Организационная культура»)	2

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Не предусмотрены

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Все разделы	ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	зачет (промежуточная аттестация)	5
Все разделы	ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	зачет (промежуточная аттестация)	1-6
Теория и практика связей с	ПК-28 знанием корпоративных	Составить глоссарий	1

общественностью	коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций		
Организация и планирование связей с общественностью в управлении персоналом	ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Проверочная работа	2
Основные направления деятельности PR в управлении персоналом.	ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Задание "Сценарный план конференции"	4
Инструменты PR в управлении персоналом	ПК-38 владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством "ВВК - Национальный союз кадровиков", "Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом ("Национальный союз "Управление персоналом")", Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	Задание «Инструменты связей с общественностью в управлении персоналом»	5
Роль корпоративных коммуникаций в связях с общественностью в управлении персоналом. Оценка качества и результативности связей с общественностью в управлении персоналом	ПК-28 знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	Задание "Имидж организации"	6

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
зачет (промежуточная аттестация)	на зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине в текущем семестре за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 №179) Итоговая оценка проставляется в ведомость	Зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60... 100% Не зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0 ... 59%

	и зачетную книжку	
Составить глоссарий	Критерии оценки задания: глоссарий содержит не менее 10 терминов и понятий (2 балл); многоаспектность интерпретации терминов и конкретизация их трактовки в соответствии со спецификой изучения дисциплины (3 балла); соответствие оформления требованиям (2 балл); работа сдана в срок (1 балл). Максимальный балл — 8 При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %
Проверочная работа	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Тест состоит из 7 вопросов. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов Максимальное количество баллов – 20. Весовой коэффициент мероприятия – 1	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %
Задание "Сценарный план конференции"	Разработать сценарный план организации и проведения конференции. Критерии оценки задания - сценарный план содержит все пункты примерной подготовки конференции (5 балл); - план подготовки и организации конференции систематичен и структурирован (3 балла); - выполненное задание содержит творческие и интересные варианты решения (5 балл); - задание выполнено в срок (2 балл). Максимальный балл — 15 При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Тест состоит из 20 вопросов.	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %
Задание «Инструменты связей с общественностью в управлении персоналом»	Составить пресс-релиз для новостей: конкурсный набор персонала на должности начальника и дизайнера PR-отдела. Критерии оценки • соответствие содержания теме (1 балл); • оригинальность представленной информации (2 балла); • правильная структурированность информации (1 балл); • наличие логической связи изложенной информации (1 балл); • оформление (понятность, наглядность) (1 балл); • работа представлена в срок (1 балл). Максимум 7 баллов. При оценивании результатов мероприятия используется	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %

	балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	
	Студент представляет копии документов, подтверждающие победу или участие в предметных олимпиадах по темам дисциплины. 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 %.	Зачтено: +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 Не зачтено: -
Задание "Имидж организации"	Проанализировать имидж выбранной организации опираясь на материалы официального сайта, рекламных роликов, посещения офиса (если это возможно) выделите и обозначьте обнаруженные вами имиджевые компоненты организации. Критерии оценки задания: - анализ имиджа организации содержит все пункты примерного плана работы (5 балла); - анализ имиджа организации систематичен и структурирован (3 балла); - описаны техники которыми пользуется организация для создания имиджа (5 балла); - сделан вывод, насколько успешен созданный образ организации (5 балла); - задание выполнено в срок (2 балла). Максимальный балл — 20. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
зачет (промежуточная аттестация)	
Составить глоссарий	Составить глоссарий основных понятий (10 и более) по лекции 1 «Теория и практика связей с общественностью». При подготовке к выполнению учебного задания каждый студент должен изучить рекомендованную литературу. Описание основных понятий (10 и более) следует сопроводить ссылками на источник. Оформляется письменно, включает название и значение терминов, слов и понятий в алфавитном порядке. Объем выполненного задания не менее 2 страниц.
Проверочная работа	Примерные вопросы теста: 1. Что является недостатками в привлечении к работе отдела по связям с общественностью сторонних фирм: Выберите один или несколько ответов: а) высокая квалификация специалистов;

	<p>b) отсутствие оперативности в работе; c) незнание дел организации; d) гибкие условия договора на оплату услуг.</p> <p>2. Какие из перечисленных задач службы PR не являются внутренними Выберите один ответ: a) установление контактов со СМИ; b) подготовка внутрикорпоративных мероприятий; c) разработка рекомендаций по формированию имиджа; d) профилактика конфликтов, снижение текучести кадров.</p> <p>3. Установите правильную последовательность социально-психологических аспектов PR-деятельности a) интересы; б) ценности; в) действия; г) потребности; д) мнения; е) отношения.</p>
Задание "Сценарный план конференции"	Разработать сценарный план организации и проведения HR-конференции "Управление человеческими ресурсами в период пандемии".
Задание «Инструменты связей с общественностью в управлении персоналом»	задание к теме 4_пресс-релиз.docx
	Олимпиады и конкурсы в рамках вопросов дисциплины "Управление коммуникациями в организации"
Задание "Имидж организации"	<p>Проанализировать имидж выбранной организации опираясь на материалы официального сайта, рекламных роликов, посещения офиса (если это возможно) выделите и обозначьте обнаруженные вами имиджевые компоненты организации.</p> <p>Примерный план для работы: 1. История организации, её традиции. 2. Паблицити – рекламная известность. 3. Фирменный стиль. 4. Оценка качества (экспертная и обывательская) услуг. 5. Соблюдение профессиональной этики. 6. Забота о персонале. 7. Социальная ответственность перед обществом</p> <p>Какими техниками пользуется организация для создания имиджа? Сделайте вывод, насколько успешен созданный образ, нуждается ли он в коррекции?</p>

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью Текст учебник для вузов по направлению (специальности) "Связи с общественностью" А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб. и др.: Питер, 2012. - 375, [1] с. ил.
2. 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

3. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: Теория и практика Текст учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации". - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2006. - 551 с.

4. Связи с общественностью в России: Законодательное регулирование, нормативные документы, практика Настол. справ. кн. Агентство "Деловые коммуникации"; Сост. и науч. ред. С. А. Большева. - Екатеринбург: РИО "Каменск-Урал. гор. тип.", 1998. - 494 с.

5. 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.

б) дополнительная литература:

1. Лашкова, Е. Г. Организация и проведение коммуникационных кампаний Текст учебник для высш. проф. образования по направлению "Реклама и связи с общественностью" Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко. - М.: Академия, 2014. - 269, [1] с. ил.

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

1. Бизнес, Организация, стратегии, Системы (БОСС)Издатель: «Бизнес и компьютер»

2. БИКИ.Издатель: ОАЛ «Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт (ВНИИКИ)»

3. Маркетинг.Издатель: Центр маркетинговых исследований и менеджмента (ЦМИ) ГУУ

4. Маркетинг и маркетинговые исследования в России.Издатель: ИД Гребенникова

5. Маркетинг в России и за рубежом.Издатель: Издат группа «Дело и сервис».Издательство «Финпресс»

6. Секрет фирмы.Издатель: Издательский дом «Коммерсантъ»

7. Рекламный журнал (до 1999г. «Московское обозрение»).Издатель: ИД Гребенникова

8. Маркетолог.Издатель: «РОСМЕДИА»

9. 12. Служба PR.Издательский дом «Панорама»

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Методические указания по дисциплине

2. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учебное пособие В. М. Маслова ; под ред. П. Э. Шлендера - 2-е изд. - М. Вузовский учебник 2008

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

3. Методические указания по дисциплине

4. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом Текст учебное пособие В. М. Маслова ; под ред. П. Э. Шлендера - 2-е изд. - М. Вузовский учебник 2008

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
1	Основная литература	Лапшин, А.В. Коммуникации в управлении человеческими ресурсами. [Электронный ресурс] / А.В. Лапшин, Н.В. Гончарова. — Электрон. дан. — Нижний Новгород : ВГУВТ, 2014. — 100 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/60801 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Авторизованный
2	Дополнительная литература	Барежев, В.А. Коммуникационный менеджмент: Электронное учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 239 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/63821 — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Авторизованный

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

Нет

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	567 (2)	Компьютерная техника с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду, наборы демонстрационного материала, СПС «Гарант» или «Консультант-плюс»
Лекции	451 (2)	ПК, подключенные к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Практические занятия и семинары	429 (2)	ПК, подключенные к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета