

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.03.2026 19:39:39  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf37e800708e81c5bb2f5eb89c20abfcd7f47085447



**Образовательное частное учреждение высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»  
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ,  
ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ**

**УТВЕРЖДЕНО:**

И.О. Директора международного инсти-  
тута журналистики, телевидения и ме-  
диакоммуникаций  
\_\_\_\_\_/Ю.В. Шуйская/  
«23» декабря 2025 г

**Рабочая программа дисциплины**

**Типология средств массовой  
коммуникации**

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

**Направление подготовки 42.04.02 Журналистика**

**(уровень магистратуры)**

**Направленность/профиль: «Медиаменеджмент»**

**Формы обучения очная / заочная**

**Москва**

**Рабочая программа** дисциплины «Типология средств массовой коммуникации». Направление подготовки\специальность 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры). Направленность/профиль «Медиаменеджмент» / сост. д.ф.н. Гегелова Н. С. М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 24 с.

Рабочая программа составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 529 и Профессиональных стандартов «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2015 г. № 608н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 сентября 2015 г., регистрационный № 38993), «Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 332н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 10 июля 2014 г., регистрационный № 33049), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230), «Редактор средств массовой информации» от «04» августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «28» августа 2014 г., регистрационный № 33899).

Разработчики:

д.ф.н. Гегелова Н. С.

Ответственный рецензент:

Грабельников А.А., профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук  
(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы 23 декабря 2025, протокол № 3.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ /д.ф.н., проф. Ю.В. Шуйская/  
(подпись)

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_ /О.Е. Стёпкина/  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Целью** изучения дисциплины является понимание принципов формирования системы средств массовой коммуникации (СМК).

**Задачами** дисциплины являются:

- изучение современного состояния системы средств массовой коммуникации, ее инфраструктуры, а также основных организационных форм медиаиндустрии;
- понимание базовых типологических признаков различных СМК, а также их основных отличительных черт;
- овладение навыками профессиональной деятельности с учетом специфики СМК.

## Раздел 2. Планирование результатов обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	Способен разрабатывать общую концепцию художественного оформления сайта	<b>ИПК-1.1.</b> Знать принципы художественно-технического оформления интернет-ресурсов <b>ИПК-1.2.</b> Уметь применять базовые приемы композиции материалов на интернет-странице <b>ИПК-1.3.</b> Владеть инструментами изучения и применения на практике положительного опыта в дизайне отечественных и зарубежных сетевых ресурсов

## РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина «Типология средств массовой коммуникации» входит в состав формируемой участниками образовательных отношений части Блока 1 Дисциплины (модули) основной образовательной программы магистратуры по направлению 42.04.02 «Журналистика». Преподается на первом году обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е.

## РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ (ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)

### Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы

#### на очной форме обучения

Семестр 2

з.е	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
4	144	16		16				103		9 Зачет с оценкой

**Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы  
на заочной форме обучения**

Семестр 2										
з.е	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
4	144	4		8				123		9 Зачет с оценкой

**СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных занятий (в т.ч. контактной работы), видам текущего контроля**

**Распределение учебной нагрузки по темам дисциплины  
очная форма обучения**

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
2 семестр								

<b>Тема 1.</b> Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации. Процесс коммуникации и его составляющие	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>13</b>			<b>17</b>
<b>Тема 2.</b> Информация как главная составляющая коммуникации.	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>13</b>			<b>17</b>
<b>Тема 3.</b> Виды и средства массовой коммуникации	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>13</b>			<b>17</b>
<b>Тема 4.</b> Методы анализа и эффективность массовой коммуникации	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>13</b>			<b>17</b>
<b>Тема 5.</b> СМИ в современных условиях	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>13</b>			<b>17</b>
<b>Тема 6.</b> Характеристики системы СМК как основного рекламного носителя	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>13</b>			<b>17</b>
<b>Тема 7.</b> Методы анализа	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>13</b>			<b>17</b>

массовой коммуникации. Понятие и значение типологии СМИ. Характерные типологические признаки СМИ. Целевая аудитория								
<b>Тема 8.</b> Коммуникации в сфере публичных отношений	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>12</b>			<b>16</b>
<b>Зачет</b>							<b>9</b>	<b>144</b>
<b>Всего часов</b>	<b>16</b>		<b>16</b>		<b>103</b>		<b>9</b>	<b>144</b>

### Распределение учебной нагрузки по темам дисциплины

#### заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
<b>2 семестр</b>								
<b>Тема 1.</b> Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации. Процесс коммуникации и его составляющие			<b>1</b>		<b>15</b>			<b>16</b>

<b>Тема 2.</b> Информация как главная составляющая коммуникации.			<b>1</b>		<b>15</b>			<b>16</b>
<b>Тема 3.</b> Виды и средства массовой коммуникации			<b>1</b>		<b>15</b>			<b>16</b>
<b>Тема 4.</b> Методы анализа и эффективность массовой коммуникации			<b>1</b>		<b>15</b>			<b>16</b>
<b>Тема 5.</b> СМИ в современных условиях			<b>1</b>		<b>15</b>			<b>16</b>
<b>Тема 6.</b> Характеристики системы СМК как основного рекламного носителя	<b>2</b>		<b>1</b>		<b>16</b>			<b>19</b>
<b>Тема 7.</b> Методы анализа массовой коммуникации. Понятие и значение типологии СМИ. Характерные типологические признаки СМИ. Целевая аудитория	<b>2</b>		<b>1</b>		<b>16</b>			<b>19</b>

<b>Тема 8.</b> Коммуни- кации в сфере публич- ных коммуни- каций			<b>1</b>		<b>16</b>			<b>17</b>
<b>Зачет</b>							<b>9</b>	<b>9</b>
<b>Всего ча- сов</b>	<b>4</b>		<b>8</b>		<b>123</b>		<b>9</b>	<b>144</b>

### Структура и содержание дисциплины

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование разделов и тем</b>	<b>Содержание темы</b>
<b>1</b>	<b>Тема 1.</b> Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации. Процесс коммуникации и его составляющие	Процесс коммуникации и его составляющие Понятие массовой коммуникации. Проблема объективности в передаче фактов и сообщений и субъективности их трактовки коммуникатором. Структурные элементы системы: реальность – общество, отправитель – коммуникатор, сообщение – текст, канал – средство, получатель – массовое общество, эффект – цель. Функции системы массовых коммуникаций в обществе: информирование, воспитание, снятие напряжения, коммуникации, организации поведения. Формы коммуникативного действия: подражание, диалог, управление. Место стереотипа, установки, влияния окружения, прошлого коммуникативного опыта в механизме осуществления функций СМК.
<b>2</b>	<b>Тема 2.</b> Информация как главная составляющая коммуникации.	Коммуникация и распространение информации в обществе. Понятие и структура коммуникативного пространства. Первичные и вторичные коммуникативные процессы. Понятие коммуникативного дискурса.
<b>3</b>	<b>Тема 3.</b> Виды и средства массовой коммуникации	Виды коммуникации: визуальная, вербальная, перформансная, мифологическая, художественная. Взаимодействие мифологических, политических, литературных, культурных сообщений в рамках коммуникативного пространства. Модель демократических средств массовой коммуникации. Масс-медиа в структуре современной общественной жизни. Закономерности функционирования и развития масс-медиа. Тексты масс-медиа и массовой культуры. СМИ как структурный элемент политической системы. Интернет как новейший информационный канал.
<b>4</b>	<b>Тема 4.</b> Методы анализа и эффективность массовой коммуникации	Контент-анализ. Пропагандистский анализ. Анализ слухов. Коммуникативный базис современных избирательных кампаний. Мотивационный анализ в рекламе.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание темы
5	<b>Тема 5.</b> СМИ в современных условиях	Эффективность массовой коммуникации: определение эффективности в зависимости от стадии воздействия информационного сообщения на индивида. Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации.
6	<b>Тема 6.</b> Характеристики системы СМК как основного рекламоносителя	Особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы. Особенности рекламных объявлений в печатных СМК. Журналы, их преимущества и недостатки. Перспективы газет и журналов. Радио и телевидение как рекламоносители. Возможности Интернета как рекламоносителя. Формы присутствия рекламы в СМК. Проблема контекста рекламы. Проблема количества и содержания рекламы. Способы влияния рекламодателя на деятельность СМК. Понятие скрытой рекламы. Влияние рекламы на содержание прессы. Вспомогательные рекламоносители: прямое почтовое послание, рассылка в каждый дом, наружная реклама, реклама на транспорте.
7	<b>Тема 7.</b> Методы анализа массовой коммуникации. Понятие и значение типологии СМИ. Характерные типологические признаки СМИ. Целевая аудитория	Понятие и значение типологии СМИ. Характерные типологические признаки СМИ Целевая аудитория Типы целевых аудиторий. Сегментирование и его роль в выборе целевой аудитории. Социальные проблемы сегментации рынка. Понятие целевого маркетинга. Особенности рекламы в целевом маркетинге. Выбор рекламоносителя в зависимости от целевой аудитории.
8	<b>Тема 8.</b> Коммуникации в сфере публичных отношений	Публичная коммуникация как коммуникативная дисциплина. Функции публичной коммуникации. Отличия публичной коммуникации от рекламы. Коммуникативная кампания в области публичных отношений. Взаимоотношения со средствами массовой коммуникации. Средства коммуникации в области публичных отношений: пресс-конференция, письмо в редакцию, пресс-релиз, выступление по радио, телевидению. Написание речей. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисной ситуации. Слух как коммуникативная единица.

**Занятия семинарского типа  
(Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)**

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

## **Тема 1. Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации. Процесс коммуникации и его составляющие**

### ***Вопросы и/или задания***

1. Влияние окружения в механизме осуществления функций СМК.
2. Интерес современного бизнеса к деятельности СМИ, в том числе в интернет-среде.
3. Анализ коммуникационного акта, осуществляемого посредством телевидения, радио и интернет-ресурсов (на примере теле-/радиопередачи, сайта).

## **Тема 2. Информация как главная составляющая коммуникации.**

### ***Вопросы и/или задания***

1. Расширение коммуникативного пространства и ускорение предкоммуникативного времени.
2. Масс-медиа в структуре современной общественной жизни (в условиях Новых медиа).
3. СМИ как «четвертая власть».
4. СМК и виртуальная реальность.

## **Тема 3. Виды и средства массовой коммуникации**

### ***Вопросы и/или задания***

1. Модель зависимости эффектов массовой коммуникации.
2. Шарлоттский эксперимент: взаимозависимость гражданской позиции человека и его читательского интереса.
3. Контент-анализ по отобранным обучающимся материалам, в том числе в интернет-пространстве.

## **Тема 4. Методы анализа и эффективность массовой коммуникации**

### ***Вопросы и/или задания***

1. Соотношение рационального и эмоционального в политической рекламе.
2. Анализ влияния дизайнерского оформления сайтов с точки зрения восприятия информации аудиторией.
3. Дайджест лекции.
4. Обзор научной и периодической литературы по теме «Социальная ответственность рекламы».

## **Тема 5. СМИ в современных условиях**

### ***Вопросы и/или задания***

1. Перспективы Интернета как рекламоносителя.
2. Составление главных тезисов по теме «ProductPlacement как новейшая и перспективная разновидность рекламной коммуникации».

3. Анализ и подготовка электронной презентации по теме «Присутствие и эффективность ProductPlacement»

**РАЗДЕЛ 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы обучающегося. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает: изучение текстов, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем. Самостоятельная работа предусмотрена для углубленного изучения рассматриваемого на лекциях материала, формирования навыков исследовательской работы и ориентирования обучающихся на умение применять теоретические знания на практике.

**Самостоятельная работа**

<b>Наименование разделов/тем</b>	<b>Виды занятий для самостоятельной работы</b>
<b>Тема 1.</b> Понятие социальной коммуникации и массовой коммуникации. Процесс коммуникации и его составляющие	Самостоятельное изучение темы
<b>Тема 2.</b> Информация как главная составляющая коммуникации.	1. Поиск и обзор научных публикаций по темам: – Роль коммуникаторов в создании массовой информации. – Производство информационного продукта. – Механизм превращения социальной информации в массовую информацию.
<b>Тема 3.</b> Виды и средств массовой коммуникации	1. Поиск и анализ электронных источников информации по темам: 1. Художественная коммуникация как особый вид массовой коммуникации. 2. Традиции и основания нравственной коммуникации.
<b>Тема 4.</b> Методы анализа и эффективность массовой коммуникации	1. Написание рефератов по темам: 1. Теории информационного дефицита 2. Потребление массовой информации как игра.
<b>Тема 5.</b> СМИ в современных условиях	5. Проработка научной литературы по темам для подготовки к дискуссии: – Место рекламы в системе социальных коммуникаций. – Интересы общества по мультиплицированию социальной рекламы. – Место политической рекламы в СМК.

Наименование разделов/тем	Виды занятий для самостоятельной работы
<p><b>Тема 6.</b> Характеристики системы СМК как основного рекламоносителя</p>	<p>4. Поиск и анализ периодической литературы по темам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Перспективы газет и журналов в структуре СМК;</li> <li>– Проблема контекста рекламы;</li> <li>– СМК и реклама: способы регуляции отношений.</li> </ul>
<p><b>Тема 7.</b> Методы анализа массовой коммуникации. Понятие и значение типологии СМИ. Характерные типологические признаки СМИ. Целевая аудитория</p>	<p>1. Проведение сегментации аудитории в зависимости от выбранных обучающимся критериев и выбор целевого сегмента для продвижения товара, выбираемого по желанию.</p> <p>2. Написание реферата по теме «Новейшие тенденции в изменении структуры аудитории».</p> <p>3. Оценка рекламной коммуникации с точки зрения используемых мотивов (на примере телевизионной рекламы).</p> <p>Разработка концепции рекламы, основанной на семейных ценностях, с использованием различных аспектов семейности.</p>
<p><b>Тема 8.</b> Коммуникации в сфере публик рилейшнз</p>	<p>1. Разработка пресс-релиза и медиа-кита для СМИ.</p> <p>2. Анализ статистической и аналитической информации по темам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Развитие ПР-индустрии в России.</li> <li>– Использование СМИ в деятельности по публик рилейшнз.</li> <li>– Влияние лидеров мнений на общественность.</li> </ul> <p>Мониторинг и последующий анализ печатных СМИ на предмет использования ПР-технологий в целях продвижения товаров и услуг.</p>

### 5.1. Примерная тематика эссе <sup>1</sup>

1. Стратегии продолжительности и привязки во времени в медиапланировании.
2. Контроль выполнения медиаплана и оценка его эффективности.
3. SWOT-анализ в медиапланировании.
4. Современные информационные каналы и их роль в массовых коммуникациях.
5. Роль тестирования в оценке эффективности рекламной кампании.
6. Понятие и виды коммуникации.
7. Реклама как коммуникация.
8. Целевые сегменты рынка и соответствие им рынка СМИ.
9. Метод «рычага».
10. Особенности рекламы в целевом маркетинге.
11. Концепция апертуры в медиапланировании.
12. Источники информации для медиапланирования.
13. «Охват аудитории» как критерий выбора телевизионного или радиоканала в медиапланировании.
14. Процесс потребления рекламы индивидом и размещение рекламы во времени.

<sup>1</sup> Перечень тем не является исчерпывающей. Обучающийся может выбрать иную тему по соглашению с преподавателем.

15. Процесс принятия решения индивидом при покупке товара и временные границы рекламной кампании.

16. Формы рекламной кампании: бюджетные ограничения.

### 5.2. Примерные задания для самостоятельной работы

1. Специфика телевидения как средства массовой информации.

2. Этапы развития тележурналистики в России.

3. Журналистские профессии на телевидении:

– Редактор и продюсер – организаторы творческого процесса;

– Телерепортёр;

– Комментатор и обозреватель;

– Интервьюер, шоумен, модератор;

– Ведущий новостей.

1) Этические принципы тележурналистики.

2) Программа, передача, канал. Классификация телевизионных передач.

3) Обзор основных каналов российского телевидения: Первый канал, Россия, НТВ, ТВЦ, РЕН-ТВ, СТС.

## РАЗДЕЛ 6. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения дисциплины «Типология средств массовой коммуникации» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице.

#### ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой	Типовые вопросы и задания	Примеры тестовых заданий
<b>ПК-1 Способен разрабатывать общую концепцию художественного оформления сайта</b>		
<b>ИПК-1.1.</b> Знать принципы художественно-технического оформления интернет-ресурсов	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
<b>ИПК-1.2.</b> Уметь применять базовые приемы композиции материалов на интернет-странице	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
<b>ИПК-1.3.</b> Владеть инструментами изучения и применения на практике положитель-	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

ного опыта в дизайне отечественных и зарубежных сетевых ресурсов		
--	--	--

## 6.2. Типовые вопросы и задания

1. Понятие коммуникации в современном обществе.
2. Социальные функции массовой коммуникации.
3. Типы средств коммуникации.
4. Теоретические модели коммуникации (Ю. Лотмана, Р. Якобсона и др.).
5. Прикладные модели коммуникации и специфика их использования.
6. Модели массовой коммуникации, подходы к их образованию.
7. Взаимодействие массовой культуры и массовой коммуникацией.
8. Понятие коммуникативного пространства и элементов его составляющих.
9. Средства массовой коммуникации и их функции: место рекламы.
10. Модель демократических средств массовой коммуникации.
11. Социология массовой коммуникации: понятие, характерные черты.
12. Функции СМК: уровень общества, уровень группы, уровень личности.
13. Виды массовой коммуникации: визуальная, вербальная, перформансная, мифологическая, художественная.
14. Средства массовой информации как элементы мифологизации сообщений.
15. Методы воздействия на потребителя информации: потребностные мифологии, мифологические аргументации, бизнес-ритуалы.
16. Контент-анализ как инструмент анализа массовой коммуникации.
17. Коммуникативные характеристики слуха.
18. Паблик рилейшнз как коммуникативная дисциплина.
19. Коммуникативная кампания в паблик рилейшнз.
20. Взаимоотношения со средствами массовой информации.
21. Кризисные коммуникации в паблик рилейшнз.
22. Дискурсивный анализ материалов массовой коммуникации.
23. Мотивационный анализ в рекламе.
24. Политическая коммуникация в современном обществе: СМК, политическая деятельность партий и движений. Роль политической рекламы.
25. Социологические исследования функций СМК.
26. Способы вторжения рекламодателей в информационную политику современных средств массовой коммуникации.
27. Эффекты и эффективность деятельности СМК.
28. Система маркетинговых коммуникаций как составляющая СМК.
29. Структура системы маркетинговых коммуникаций.
30. Личные и безличные маркетинговые коммуникации: особенности их применения.
31. Понятие прямого маркетинга и личной продажи, особенности использования.
32. Поведение продавцов при первых контактах с потребителями.
33. Понятие сетевого маркетинга, его достоинства и недостатки.

34. Стимулирование сбыта: понятие, цели и особенности применения.
35. Средства стимулирования сбыта в соответствии с объектом воздействия.
36. Стимулирование на разных этапах жизненного цикла товара.
37. Ценовое и неценовое стимулирование потребителей.
38. Стимулирование сотрудников сбытовой службы предприятия.
39. Стимулирование торговых посредников.
40. Контроль и оценка результатов стимулирования.
41. Участие в выставках и ярмарках: типы, процесс организации, процесс участия фирмы в работе фирмы.
42. Понятие и коммуникативные характеристики спонсорства.
43. Спонсорство в области спорта/искусства и культуры/в социальной сфере.
44. Понятие и основные элементы фирменного стиля.
45. Товарный знак: определение и основные функции.
46. Фирменный лозунг (слоган) как элемент товарного знака. Требования, предъявляемые к разработке фирменного лозунга (слогана).
47. Основные носители элементов фирменного стиля.
48. Разработка и регистрация товарного знака.
49. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.
50. Понятие и предмет медиапланирования.
51. Компоненты медиапланирования.
52. Формирование стратегии в медиапланировании.
53. Медиаплан и его составляющие.
54. Зависимость медиапланирования от каналов распространения.
55. Структура медиаплана в зависимости от возникновения незапланированной или кризисной ситуации.
56. Оценка эффективности медиаплана.
57. Методы предварительного тестирования эффективности СМИ.
58. Тестирование результатов реализованного медиаплана.
59. GRP как количественное выражение целей медиапланирования.
60. Телевидение: особенности использования в медиапланировании.
61. Влияние маркетинговых характеристик объекта на выбор СМИ.
62. Понятие медиамикс.
63. Эффект множественности средств информации.
64. Факторы, влияющие на определение структуры медиамикса.
65. Особенности размещения рекламы посредством директ-мейл.
66. Транзитная реклама: особенности использования в медиапланировании.
67. Характеристики объекта и их влияние на процесс медиапланирования.
68. Роль тестирования в оценке эффективности рекламной кампании.
69. Понятие и виды коммуникации.
70. Реклама как коммуникация.
71. Целевые сегменты рынка и соответствие им рынка СМИ.
72. Концепция апертуры в медиапланировании.
73. Источники информации для медиапланирования.

### 6.3. Примерные тестовые задания <sup>2</sup>

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий, из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
ПК-1	1) Когда возникли массовые коммуникации? а) С возникновением человечества. б) До Новой эры, когда изобрели алфавит в) В средние века 2) Какой наиболее важный критерий построения информационного общества? а) Появление компьютеров б) Доля информационных продуктов в ВВП в) Возрастание роли информации в обществе 3) Что важнее для восприятия информации в интернет-ресурсе? а) визуальная составляющая б) текстовая составляющая в) гармоничное сочетание текстовой и визуальной составляющих

### 6.4. Оценочные шкалы

#### 6.4.1. Оценивание текущего контроля

При оценке знаний на зачете учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

#### Шкала оценивания при тестировании

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

#### Шкала оценивания при письменной работе

Оценка	Критерии выставления оценки
--------	-----------------------------

<sup>2</sup>Рубежный контроль знаний проводится для обучающихся очной формы обучения и оценивается по шкале «зачтено» \ «не зачтено»

Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

#### 6.4.2. Оценивание самостоятельной письменной работы (контрольной работы, эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

#### Шкала оценивания контрольной работы и эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

#### 6.4.3. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

### Шкала оценивания на экзамене, зачете с оценкой

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала;</li> <li>- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал;</li> <li>- правильно формулировать определения;</li> <li>- продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой;</li> <li>- уметь сделать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Хорошо	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать достаточно полное знание программного материала;</li> <li>- продемонстрировать знание основных теоретических понятий;</li> <li>- достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал;</li> <li>- продемонстрировать умение ориентироваться в литературе;</li> <li>- уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Удовлетворительно	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Неудовлетворительно	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

### Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
«Зачтено»	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий.

	ретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Не зачтено»	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

#### 6.4.4. Тестирование

##### Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

#### 6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

**Качество знаний** характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

**Умения**, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

**Навык и** - это умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико - ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определен-

ных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, способность обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

**Устный опрос** - это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

**Тесты** являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

**Семинарские/практические занятия** - Лекционная и внеаудиторная работа обучающихся получает свое практическое завершение на семинаре. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний. Степень участия каждого обучающегося в занятиях учитывается оценками, которые влияют на экзаменационную отметку. Решение задач, тестов, упражнений является составным элементом экзамена.

## **Раздел 7. Методические указания для обучающихся по основанию дисциплины**

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программой учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

### **7.1. Методические рекомендации по написанию эссе**

*Эссе* (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

### **7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов**

*Кейс-метод (Casestudy)* – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить

разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

### **7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач**

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрирование доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например формулирование целей миссии, и т. п.).

## **РАЗДЕЛ 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература<sup>3</sup>**

Игнатова, И. Б., Зубаркина, Е. С., Землянский, А. В. *Новые медиа: теория и практика: учебно-методическое пособие*. — Москва: МПГУ, 2022. — 96 с. — ISBN 978-5-4263-1095-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130139.html>

### **Дополнительная литература<sup>4</sup>**

Малышев, В. Б. *Эстетика : учебное пособие для СПО* / В. Б. Малышев. — Саратов: Профобразование, 2022. — 87 с. — ISBN 978-5-4488-1437-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116320.html> (дата обращения: 22.12.2025).

Майстренко, А. В., Майстренко, Н. В. *Мультимедийные средства обработки информации : учебное пособие для СПО* / А. В. Майстренко, Н. В. Майстренко. — 2-е изд. — Са-

<sup>3</sup> Из ЭБС университета

<sup>4</sup> Из ЭБС университета

### **8.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата**

8.1.1. Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

В Университете имеются специализированные аудитории для проведения занятий по информационным технологиям.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

**Электронная информационно-образовательная среда Университета включает:**

1. Официальный сайт Университета (<https://www.iile.ru/>)
2. Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)
3. Программы для ЭВМ. Система дистанционного обучения «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/>
4. Программа для ЭВМ. Виртуальная комната «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/>
5. Система тестирования INDIGO лицензионное соглашение (Договор от 07.11.2018 г. №Д-54792, дополнительное соглашение № Д-5479/6 о пролонгации договора до 01.06.2026г.) <http://212.48.35.211:85/>

8.1.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

**Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система «Атлант» - Atlant Academ от 24.01.2024 г. (бессрочно)
2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition договор-оферта № Tr000941765 от 16.10.2025 г.

8.1.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости, но не реже одного раз в год.

**Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:**

1. Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - Договор №МИ-ВИП-79717-56/2022 (бессрочно)

2. Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2024 г. №11652/24С (срок действия до 31.08.2027 г.) <https://www.iprbookshop.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENCE INDEX № SIO -3079/2026 от 30.01.2026 г. (срок действия до 29.01.2027г.) <https://elibrary.ru>

8.1.4. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

## **Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса**

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

### **Помещения для самостоятельной работы обучающихся:**

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся :

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 11 шт.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся :

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 10 шт.