

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 15.10.2025 01:09:33
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604af30281b131a711

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ
РАНХиГС**

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНО
Директор СЗИУ РАНХиГС
А.Д. Хлутков

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ
Бизнес-моделирование современных СМИ
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.В.08 «Экономика и организация работы издательства»
(код и наименование РПД)

42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА
(код и наименование направления подготовки (специальности))

очная
форма(ы) обучения

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2024 г.

Автор–составитель:

Д.э.н., профессор кафедры журналистики
и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД Б1.В.08 «Экономика и организация работы издательства» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 15 мая 2024 г. №5.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
 - 7.3. Нормативные правовые документы
 - 7.4. Интернет-ресурсы
 - 7.5. Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.08 «Экономика и организация работы издательства» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПК-3	Способен осуществлять подготовку заказов, формулирование технических указаний к печати, заключение договоров с полиграфическими организациями, контроль качества результата	ПК-3.1	Способен заключать договоры с полиграфическими организациями, контролирует качества результата
		ПК-3.2	Способен осуществлять подготовку заказов, формулирование технических указаний к печати

1.2. В результате освоения дисциплины у магистрантов должны быть сформированы:

Таблица 2

ОТФ/трудовые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично Организация и контроль выпуска продукции сетевого издания/информационного агентства (код В) – частично Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению СМИ (код А)- частично	F/01.7	на уровне знаний: знать основные положения работы издательства
	Определение направлений развития организации	на уровне умений: уметь осуществлять подготовку заказов в рамках реализации стратегии издательской деятельности
	В/01.7	на уровне навыков: иметь навыки определения технических требований к продукции, фиксируемые в договорных отношениях
	Руководство производственным отделом А/03.7	Заказ печати тиража и прием выполненной работы

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.08 «Экономика и организация работы издательства» относится к вариативным дисциплинам по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика».

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ) в программе Teams.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются магистрантами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы, **72** акад. часа, **54** астроном. часа

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах)
Общая трудоемкость	72/54
Контактная работа с преподавателем	54/40,5
Лекции	24/18
Практические занятия	30/22,5
Лабораторные занятия	
Самостоятельная работа	18/13,5
Контроль	
Формы текущего контроля	Устный опрос, доклад, задачи
Вид промежуточного контроля	зачет

Место дисциплины.

Дисциплина Б1.В.08 «Экономика и организация работы издательства» относится к вариативным дисциплинам по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика» и изучается в 1 семестре.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами, определяющими вектор дальнейшего профессионального развития.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1 Структура дисциплины

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости и **, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КСР/ ДОТ		
Очная форма обучения								
Тема 1	Организационная структура издательства.	7	2		3		2	Д, УО,
Тема 2	Издательский процесс.	9	4		3		2	Д, УО,
Тема 3	Планирование выпуска книги.	9	3		4		2	Д, УО, 3
Тема 4	Работа издательства с автором.	9	3		4		2	Д, УО, 3
Тема 5	Издательская себестоимость.	10	4		4		2	Д, УО, 3
Тема 6	Структура себестоимости издательской продукции.	8	2		4		2	Д, УО, 3
Тема 7	Факторы,	9	2		4		3	Д, УО, 3

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточ
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР/ДОТ		
Очная форма обучения								
	влияющие на себестоимость издательской продукции.							
Тема 8	Издательский маркетинг.	11	4		4		3	Д, УО, 3
Контроль								
Промежуточная аттестация								зачет
Всего (академ.час./астроном.час.):		72	24		30		18	

Д – доклад,

З - задачи

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Организационная структура издательства

Функциональная структура: редакционный, производственный, маркетинговый, финансово-экономический, кадровый. Вспомогательные (обслуживающие) отделы: бухгалтерия, юридическая служба, наборные участки, разноцелевые компьютерные службы, отделы (редакции) художественного оформления и другие.

Тема 2. Издательский процесс. Стадии редакционно-издательского процесса

Редакционная стадия: редакционная подготовка издательского оригинала к производству до сдачи тиража в книготорговую сеть. Издательская стадия: вычитка и техническое редактирование (техническая разметка) издательского оригинала, подготовку оригинал-макета издания. Производственная стадия: набор книги в типографии, репродукционные работы, печать, брошюровочно-переплетные и отделочные работы. Маркетинговая стадия

Тема 3. Планирование выпуска книги

Работа с автором и рукописью. Оформление издания и подготовка его к полиграфическому воспроизведению. Размещение заказа на полиграф предприятия. Контроль и приемка тиража. Реализация готового тиража. Издательский портфель. Планирование в издательстве. Издательские портфели.

Тема 4. Работа издательства с автором

Основные положения авторского договора. Закон «ОБ авторском праве и смежных правах». Охраняемые и неохранные произведения. Объекты и субъекты авторского права. Субъективные авторские права. Авторский договор. Виды авторского договора. Передача исключительных и неисключительных прав. Содержание авторского договора. Нарушение авторского договора. Подбор автора или авторского коллектива. Заключение договора с автором. План-проспект издания. Рецензирование. Заключение договора с автором. Смысл авторского договора (он же издательский договор). Содержание авторского (издательского) договора. Прием издательством произведения автора. Одобрение авторского оригинала.

Тема 5. Издательская себестоимость

Экономика издательского бизнеса. Прибыль: полная (общая) прибыль; валовая (балансовая); чистая прибыль; бухгалтерская и экономическая прибыль. Добавленная стоимость как часть стоимости товаров и услуг. Выручка от продажи продукции и услуг, произведенных фирмой, и ее затратами на покупку материалов и полуфабрикатов.

Специфика книжной продукции отражается в составе и структуре ее себестоимости.

Тема 6. Структура себестоимости издательской продукции

Состав себестоимости издательской продукции: расходы на авторский гонорар и художественно-графические работы; редакционные расходы (расходы на обработку и оформление авторских оригиналов, их подготовку к изданию); расходы на бумагу и переплетные материалы; расходы на типографские работы; общеиздательские расходы; коммерческие расходы. Средняя структура себестоимости издательской продукции. Прямые расходы. Дополнительные расходы. Косвенные (накладные расходы). Расчет себестоимости издания по статьям затрат.

Тема 7. Факторы, влияющие на себестоимость издательской продукции

Объем и оформление издания. Продажная (отпускная) цена издательства. Фиксированная ставка на авторский лист. Механизмы определения гонорара при полисной системе оплаты. Влияние числа и вида иллюстраций на себестоимость издания. Маржинальный доход.

Тема 8. Издательский маркетинг

Маркетинговая деятельность издательства. Цели маркетинговой деятельности издательства: изучение потребителя; исследование мотивов его поведения на рынке; анализ собственного рынка издательства; анализ форм и каналов сбыта продукции; анализ объема товарооборота; изучение конкурента, определение форм и уровня конкуренции; изучение рекламной деятельности; определение наиболее эффективных способов продвижения книг на рынке; изучение своей <ниши> рынка, где издательство имеет наилучшие по сравнению с конкурентами возможности по реализации своей продукции. Планирование маркетинга. Разработка плана маркетинга. Позиционирование книги на рынке.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.08 «Экономика и организация работы издательства» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, доклады, ответы на вопросы по докладам, разбор и анализ предлагаемых ситуаций, решение задач.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательско-оценочный метод, разбор конкретных ситуаций.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Типовые вопросы для докладов по темам

1. Организация работы издательств Основные части и отделы издательства
2. Редакционно-издательский процесс.
3. Сущность и содержание редакционно-издательского процесса.
4. Заключение договора с автором.
5. Основные положения авторского права и типовых авторских договоров.
6. Издательский портфель.
7. Нарушение авторских прав.
8. Издательская себестоимость Общие понятия прибыли и себестоимости.
9. Структура себестоимости издательской продукции.
10. Объем и оформление издания.
11. Тираж издания.
12. Расходы на бумагу и переплетные материалы.
13. Основные виды бумаги, характеристика свойств и область применения.
14. Издательский маркетинг.
15. Маркетинговая деятельность издательства.
16. Базовые концепции маркетинга.
17. Функциональные концепции маркетинга.
18. Структура и содержание маркетинговой концепции.
19. Инструментарий маркетинга.
20. Изучение спроса на рынке.
21. Конкурентная ситуация и конкуренты на рынке СМИ.
22. Ценообразование.
23. Отпускная цена издательства.
24. Ценовая политика и объемы тиражей.
25. Рекламная кампания издательства.
26. Программа рекламной кампании и ее результат.
27. Расчет бюджета рекламы.
28. Тематическое планирование.
29. Отраслевые средства информации.
30. Розничная книжная торговля.

Задачи по темам (обобщенное описание)

Задача № 1. На основе анализа описания конкретного издательства определите тип и начертите схему данной структуры. На сколько эффективно действует эта система? Ответ обоснуйте. Перечислите достоинства и недостатки этой организационной структуры.

Задача №2. Рассчитать точку безубыточности по периоду времени для деятельности нового издательства с учетом представленных значений исходных показателей

Задача №3. Определить точку безубыточности по тиражу выпуска для деятельности нового издательства с учетом представленных значений исходных показателей

Задача № 4. Рассчитать цену единицы разных видов продукции (газеты, журналы), учитывая представленные значения по норме прибыли и показателям затрат

Задача № 5. Определить себестоимость единицы продукции газетных и журнальных выпусков тремя способами переноса постоянных затрат на выпуск

Задача № 6. С учетом указанной единицы товара, определить какой из представленных вариантов реализации даст наибольшую суммарную прибыль

Вопросы к устному опросу

- 1 Можно ли использовать в качестве синонимов термины «издательское дело», «издательская деятельность», «книжное дело»?
- 2 Предмет курса «Экономика и организация издательской деятельности».
- 3 Сущность издательского дела в современной России.
- 4 Когда было организационно завершено формирование отрасли книгоиздания?
- 5 На какой год пришлось максимальное падение суммарного тиража книг в период перехода к рынку?
- 6 По каким признакам можно классифицировать издательства?
- 7 Каким образом можно проиллюстрировать масштабы концентрации книжного производства в России?
- 8 Какова структура выпуска печатной продукции в России?
- 9 Какие льготы предоставляет издательствам законодательство?
- 10 Чем отличается издательский маркетинг от маркетинга в книготорговом предприятии?
- 11 Методы формирования бюджета маркетинга.
- 12 Критерии сегментации рынка.
- 13 Структура издательства. Ее составляющие.
- 14 Понятие и стадии редакционно-издательского процесса.
- 15 Составляющие, которые формируют макет книги.
- 16 Составные части комплекта, которые составляют авторский оригинал.
- 17 Наиболее популярные программы верстки оригинал-макета.
- 18 Понятие и виды прибыли. Методы ее расчета.
- 19 Определение рентабельности продукции. Ее расчет.
- 20 Понятие затрат на производство продукции и их классификация.
- 21 Определение себестоимости издательской продукции.
- 22 Калькуляционные статьи затрат, входящие в себестоимость продукции.
- 23 Факторы, влияющие на себестоимость издательской продукции.
- 24 Понятие маржинального дохода. Точка безубыточности для тиража изданий.
- 25 Понятие авторского права. Объекты, охраняемые авторским правом.
- 26 Показатели, характеризующие деятельность издательства.
- 27 Основные сорта отечественной бумаги.
- 28 Расчет количества бумаги, требуемой для издания. Определение ее стоимости.
- 29 Определение офсетного способа печати.
- 30 Достоинства и недостатки высокой печати?
- 31 Достоинства и недостатки глубокой печати?
- 32 Определение продвижению товара на рынке. Возможные схемы товародвижения.
- 33 Преимущества и недостатки использования схемы распространения через крупного оптовика.
- 34 Характеристика экстенсивного, исключительного и выборочного распределения.
- 35 Варианты прямых продаж.
- 36 Основные особенности работы системы «книга-почтой».
- 37 Основные преимущества реализации книжной продукции через Интернет.
- 38 Понятие и виды книжной рекламы. Виды рекламной деятельности, используемые в книжном бизнесе.
- 39 Способы оценки эффективности рекламной кампании.
- 40 Основные информационные ресурсы Российской книжной палаты.
- 41 Основные системы ценообразования на книжную продукцию.
- 42 Ограничители, действующие при формировании цены на книгу.
- 43 Методы определения цены издания (метод целевой нормы прибыли, метод потребительской оценки, метод установления цены на уровне текущих цен).

- 44 Расчетная формула для определения отпускной издательской цены.
- 45 Расчетные формулы для определения оптовой цены книги и величины оптовой наценки.
- 46 Расчетные формулы для определения розничной цены книги и величины наценки розничного книготорговца.
- 47 Факторы, влияющие на реализацию книжной продукции.
- 48 Понятие и примеры действующих в стране книготорговых сетей.
- 49 Особенности развития розничной книжной торговли в период становления рыночных отношений в России.
- 50 Особенности реализации научной, профессиональной детской литературы.

5. *Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине*

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов: устный опрос по билетам.

5.2. *Оценочные материалы промежуточной аттестации*

Перечень вопросов к зачету

1. Стадии редакционно-издательского процесса.
2. Редакционная подготовка издательского оригинала к производству до сдачи тиража в книготорговую сеть.
3. Вычитка и техническое редактирование (техническая разметка) издательского оригинала, подготовка оригинал-макета издания.
4. Набор книги в типографии, репродукционные работы, печать, брошюровочно-переплетные и отделочные работы.
5. Маркетинговая стадия.
6. Работа с автором и рукописью.
7. Оформление издания и подготовка его к полиграфическому воспроизведению.
8. Размещение заказа на полиграф предприятии.
9. Контроль и приемка тиража.
10. Реализация готового тиража.
11. Издательский портфель.
12. Планирование в издательстве.
13. Издательские портфели.
14. Основные положения авторского договора.
15. Закон «ОБ авторском праве и смежных правах».
16. Охраняемые и не охраняемые произведения.
17. Объекты и субъекты авторского права.
18. Субъективные авторские права.
19. Авторский договор.
20. Виды авторского договора.
21. Передача исключительных и неисключительных прав.
22. Содержание авторского договора.
23. Нарушение авторского договора.
24. Подбор автора или авторского коллектива.
25. План-проспект издания.
26. Экономика издательского бизнеса.
27. Прибыль: полная (общая) прибыль; валовая (балансовая);
28. Чистая прибыль.
29. Бухгалтерская и экономическая прибыль.
30. Добавленная стоимость как часть стоимости товаров и услуг.

31. Выручка от продажи продукции и услуг, произведенных фирмой, и ее затратами на покупку материалов и полуфабрикатов.
32. Издательский маркетинг.
33. Маркетинговая деятельность издательства.
34. Цели маркетинговой деятельности издательства: изучение потребителя.
35. Анализ собственного рынка издательства.
36. Анализ форм и каналов сбыта продукции.
37. Анализ объема товарооборота.
38. Изучение конкурента, определение форм и уровня конкуренции.
39. Определение наиболее эффективных способов продвижения книг на рынке.
40. Планирование маркетинга. Разработка плана маркетинга. Позиционирование книги на рынке.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

«Зачтено»

Дан полный, развёрнутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др.); в ответе прослеживается чёткая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя магистрант дает чёткие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала. Практическая задача (кейс) решен правильно с обоснованием решения.

«Не зачтено»

Дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий; в ответе отсутствуют доказательные выводы; речь неграмотная.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Магистранты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ магистранта при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является

разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Защита докладов. Магистранты персонально распределяют темы докладов в группе. По 1 человеку самостоятельно готовят доклад по одной из тем по дисциплине. По материалам магистранты готовят презентацию, с которой выступают на публичном представлении доклада и защите его с помощью ответов на вопросы. Регламент для доклада – 15 минут. Обучающийся, подготовивший доклад, получает по итогам его представления баллы, в соответствии с качеством его представления и защиты.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7.1. Основная литература

1. Кузнецов Б.А. Экономика и организация издательской деятельности. – М.: АСТ: Астрель, 2006. –
2. Нечитайло А.А. Организационно-экономические методы управления в издательском деле: учебник / А.А. Нечитайло, А.А. Гнутова. - Самара: Изд-во Самарского университета, 2016. - 176 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Борисов С.А., Колесов К.И., Плеханов А.Ф. Управление затратами и контроллинг: учеб. пособие. - Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. - Н. Новгород, 2017. - 168 с.
2. Экономика и организация издательской деятельности : учебник для вузов / Б. А. Кузнецов. М. : АСТ: Астрель, 2006 319с.
3. Липсиц И.В. Ценообразование: учебн.-практ. пособие / И.В. Липсиц. - М.: Издательство Юрайт, 2011. - 399 с.
4. Сажина М.А. Экономическая теория [Электр. ресурс]: учебник /М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков. – 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИД «Форум»: Инфра-М, 2017. 608 с.

7.3. Нормативно правовые документы

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

7.4. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

- 1) <http://www.gramota.ru>
- 2) <http://www.slovari.ru>

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»

- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам *«Ист-Вью»*
- Энциклопедии, словари, справочники *«Рубрикон»*
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций РГБ*
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант. Англоязычные ресурсы*
- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald*– крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

7.5. Иные источники

При изучении дисциплины иные источники не используются

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Таблица 5

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.