

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 05.09.2024 17:26:31
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a650281b13ca9fd2

**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 медиакommunikаций

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.33.01 «Основы продюсирования»

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

по направлению подготовки

42.03.05 «Медиакommunikации»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Медиапродюсирование и медиаменеджмент

направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

бакалавр

квалификация выпускника

очная

форма(ы) обучения

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор—составитель:

К.п.н., доцент кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Юмашева И.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД Б1.О.33.01__«Основы продюсирования» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 18 сентября 2023 г. № 9.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	Error: Reference source not found
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	
3. Содержание и структура дисциплины.....	
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	
6. Методические материалы по освоению дисциплины.....	Error: Reference source not found
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	
7.1. Основная литература.....	
7.2. Дополнительная литература.....	
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.....	
7.4. Интернет-ресурсы.....	
7.5. Иные источники.....	13
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.О.33.01 «Основы продюсирования» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-5	способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1	Способен применять знания совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		ОПК-5.2	Способен осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

ОТФ/трудовые и профессиональные действия	Код компонента освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-5.1 ОПК-5.2	На уровне знаний: • основные понятия и концепции медиаэкономики; • гражданское законодательство Российской Федерации; • организация системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж; • технологии сегментирования медиарынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов. • гражданское законодательство Российской Федерации; • основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации. На уровне умений и навыков: • разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области медиамаркетинга; • осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение. • использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты; • находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; • вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); • составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории

		потребителей.
--	--	---------------

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.О.33.01 «Основы продюсирования» относится к обязательным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов, семестр - 2.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад./астрон. часах)
Общая трудоемкость	108/81
Контактная работа с преподавателем	50/37,5
Лекции	16/12
Практические занятия	32/24
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	22/16,5
Контроль	36/27
Формы текущего контроля	Устный опрос, доклад, проектное задание
Консультация	2/1,5
Вид промежуточного контроля	экзамен

Место дисциплины.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Бизнес-моделирование в медиа», «Реклама и PR в современном медиапространстве».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://szidu-de.ganepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости и **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Феномен продюсирования и его роль в современной культуре и обществе.	8	2		4		2	УО
Тема 2	Рынок креативных индустрий	8	2		4		2	УО, Д
Тема 3	Этапы продюсирования	9	2		4		3	УО, Д
Тема 4	Теоретические основы продюсирования	9	2		4		3	УО
Тема 5	Организация деятельности в рамках продюсерского проекта	9	2		4		3	УО
Тема 6	Работа с аудиторией продюсерского проекта	9	2		4		3	УО, Д, Пр
Тема 7	Предпроизводственная деятельность продюсера.	9	2		4		3	УО, Д
Тема 8	Продвижение продюсерского проекта	9	2		4		3	УО, Д, Пр
Контроль		36						
Промежуточная аттестация								экзамен
Консультация		2						
Всего (академ.час./астроном.час.):		108	16		32		22	

УО – устный опрос

Д – доклад,

Пр – проектное задание.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Феномен продюсирования и его роль в современной культуре и обществе.
 Специфика трансмедийного продюсирования как современного тренда медиакультуры.
 Специфика продюсирования

Тема 2. Рынок креативных индустрий.

Коммуникационный процесс в креативных индустриях. Основы и функционал деятельности продюсера. Специфика формирования потребительских аудиторий/субкультур. Создание спроса и вкуса (по отношению к производимым продуктам). Аккумуляция ресурсов (кадровые, управленческие, финансовые). Инвестиции (финансовые, интеллектуальные и проч.). Предпринимательская/инновационная активность. Новые институциональные формы/социальные технологии. Бессознательные потребности - сознательные интересы. Современные формы продюсирования (на примере творческих учреждений Санкт-Петербурга)

Тема 3. Этапы продюсирования

Экономические, организационные и творческие аспекты создания коммуникационного продукта. Практическое занятие: Создание актуального проекта. Инструменты развития и популяризации проекта Создание творческого коллектива

Тема 4. Теоретические основы продюсирования

Понятие продюсирования. История продюсирования. Важность позиционного взаимодействия в продюсировании. Отличия функционального и позиционного взаимодействия. Виды продюсирования в различных медийных областях: кинобизнес, телевидение и медиа, театр, литература, городское (урбанистическое) продюсирование, персональное продюсирование Основные компетенции продюсера

Тема 5. Организация деятельности в рамках продюсерского проекта

Продюсерский проект, сочетание предпринимательской, организационной и технологической позиций. Организационные процессы в рамках продюсерского проекта, работа с партнерами. Образ будущего продюсерского проекта: выстраивание стратегии. Основные инструменты организации продюсерской деятельности: работа с организационно-управленческим мышлением

Тема 6. Работа с аудиторией продюсерского проекта

Клиент и заказчик – и их отличие от целевой аудитории. Определение контекста клиента и заказчика, работа с контекстуальным содержанием. Работа с образом деятельности клиента, управление изменениями. Основы коммуникации в продюсировании, достижение результата. Работа с текущей ситуацией, адаптирование проекта под запросы аудитории, клиента, заказчика. Разница в практических продюсерских подходах: страновой контекст

Тема 7. Продвижение продюсерского проекта

Основы целевого продвижения. GR, PR, HR, AR – ключевые инструменты продвижения. Новые медийные технологии в продвижении. Выстраивание медийной стратегии. Брендинг – основные понятия. Рефлексия продюсерского проекта и определение дальнейших действий.

Тема 8. Продвижение продюсерского проекта

Предпроизводственная деятельность продюсера. Сценарный период. Финансы. Постпродукция. Первичный и вторичный рынок креативного продукта. Процесс организации информационного производства

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.33.01 «Основы продюсирования» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, доклад, тренинговое задание.

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

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптированы для платформы Moodle.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Типовые вопросы для устного опроса

1. Понятие продюсирования.
2. История продюсирования.
3. Роль позиционного взаимодействия в продюсировании. Отличия функционального и позиционного взаимодействия.
4. Виды продюсирования в различных медийных областях: кинобизнес, телевидение и медиа, театр, литература, городское (урбанистическое) продюсирование, персональное продюсирование
5. Основные компетенции продюсера.
6. Продюсерский проект, сочетание предпринимательской, организационной и технологической позиций.
7. Организационные процессы в рамках продюсерского проекта, работа с партнерами.
8. Образ будущего продюсерского проекта: выстраивание стратегии.
9. Основные инструменты организации продюсерской деятельности: работа с организационно-управленческим мышлением.

Типовые вопросы для докладов

1. Определение контекста клиента и заказчика, работа с контекстуальным содержанием.
2. Работа с образом деятельности клиента, управление изменениями.
3. Основы коммуникации в продюсировании, достижение результата.
4. Работа с текущей ситуацией, адаптирование проекта под запросы аудитории, клиента, заказчика.
5. Разница в практических продюсерских подходах: страновой контекст.
6. Роль клиента и заказчика в продюсерском проекте
7. Основные компетенции продюсера и способы их совершенствования
8. Великие продюсеры: их история и лучшие проекты

9. Отличия в продюсировании в различных экономических системах
10. Аудиовизуальное продюсирование: основные характеристики деятельности
11. Современные медиатехнологии в продюсерской деятельности.
12. Использование VR и AR-составляющей в современном продюсировании.
13. Стриминговые системы как ключевой инструмент продвижения медиаконтента.
14. Целеполагание в продюсерской деятельности.

Типовые задания для проекта

Задание 1. Подготовка и разработка структуры сценария: экспозиция, завязка, действие (развитие), кульминация, развязка, пролог/эпilog. Создание сценарного плана.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и выполнения практического задания.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

Таблица 5

Компонент компетенции	Показатель/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ОПК-5.1: Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Студент способен создавать медиапродукты с учетом политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Студент мотивированно и грамотно создает медиапродукты с учетом политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Студент способен проводить анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Студент самостоятельно анализирует ситуации, управленческие решения, актуальность тем для материалов с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

Экзамен проходит в формате собеседования по вопросам билета и выполнения практического задания. Теоретическая часть билета включает 2 вопроса. В каждом билете есть практическая часть с практическим заданием, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Перечень вопросов к экзамену

1. Предприятия, производящие телеконтент.
2. Материально-техническая база телевидения
3. Идея аудиовизуального произведения: источники генерации.
4. Фиксация идеи: сценарная заявка, синопсис, тритмент.
5. Рисковые затраты.
6. Офис-компания: команда и стоимость, минимальное оборудование
организационные вопросы.
7. Информационная деятельность и маркетинговые исследования.
8. Что такое сценарий? Правильный формат сценария.
9. Авторское право. Права и обязанности автора сценария.
10. Источники финансирования. 1
11. Варианты финансирования: американский, европейский, российский опыт.
12. Кредиты и отношения с финансовыми организациями.
13. Налоги. Основы производства телепродукции
14. Первичный рынок сбыта телевизионных программ
15. Рейтинг. Зависимость закупочной стоимости телевизионной программы от рейтинга.
16. Сетка телевизионного вещания: структура и факторы, оказывающее влияние на ее формирование.
17. Современные тенденции потребления аудиовизуальной продукции на телевидении.
18. Характеристика зрительских предпочтений.
19. Разработка стратегии продвижения аудиовизуального произведения.
20. Вторичные рынки сбыта аудиовизуальной продукции
21. Организация рекламы аудиовизуальной продукции
22. Особенности регулирования телевидения в России
23. Система государственного регулирования телевидения за рубежом

Практическое задание для экзамена

Создать программу по продвижению трансмедийного проекта.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета. Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

На основании п. 14 Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС в институте принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Расчет итоговой рейтинговой оценки

Таблица 6

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	A
86-95	отлично	B
71-85	хорошо	C
61-70	хорошо	D
51-60	удовлетворительно	E

Описание системы оценивания

Таблица 7

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
Устный опрос (по вопросам для устного опроса на семинарах)	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный языковыми примерами ответ – 2 балла Неполный ответ – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Доклад	- актуальность проблемы и темы - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал грамотность и культура изложения	- новизна проблемы max - 1 баллов - степень раскрытия сущности проблемы max - 1 баллов - обоснованность выбора источников max. – 1 баллов соблюдение требований к оформлению. max - 2 баллов
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии	Презентация выполнена без ошибок – 25 баллов Презентация выполнена полностью, но отдельные фрагменты презентации содержат ошибки, защищены не все позиции презентации – 15 баллов Задание не выполнено – 0 баллов
Тренинг	Презентация по итогам тренингового задания защищена на семинарском занятии	Презентация выполнена без ошибок – 25 баллов Презентация выполнена полностью, но отдельные фрагменты презентации содержат ошибки, защищены не все позиции презентации – 15 баллов Задание не выполнено – 0 баллов
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров	Полный иллюстрированный ответ – 8 баллов Неполный ответ с языковыми примерами – 6 баллов Неполный ответ без языковых примеров – 3 балла Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов

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. Студенты 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 студента 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.

Самостоятельная внеаудиторная работа по дисциплине предусматривает:

- 1) составление словаря терминов для подготовки к собеседованию по терминам;
- 2) разработка проекта в творческой группе с последующей публичной защитой презентации проекта.

Целью самостоятельной работы является расширение и углубление теоретических знаний по семиотике и семантике.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов к экзамену и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокамеры. Видеокамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

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. Нуралиев, С. У. Экономика : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 363 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5bd81853316653.78553045. - ISBN 978-5-16-014578-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1897977>
2. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций / А.С. Шапкин. — М.: Дашков и К, 2019. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60565.html> – ЭБС «IPRbooks».
3. Шпаковский В.О. PR-дизайн и PR-продвижение / В.О. Шпаковский. — М.: Инфра-Инженерия, 2019. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48465.html> – ЭБС «IPRbooks».

7.2. Дополнительная литература

- 1.Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова. — М.: Альпина Паблишер, 2016. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48465.html> – ЭБС «IPRbooks».
2. Кетмелл Э. Корпорация гениев. Как управлять командой творческих людей / Э. Кетмелл. — Режим доступа: http://progamedev.net/wpcontent/uploads/2016/04/Korporatsia_geniev.pdf
3. Комптон Н. Твитономика / Н. Комптон. — М.: Альпина Паблишер, 2016. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41353.html> – ЭБС «IPRbooks».

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>

7.5. 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 9

№	Наименование
---	--------------

п/п	
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.