

**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.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ»
(код и наименование РПД)

42.04.02 «Журналистика»
(код и наименование направления подготовки (специальности))

очная
форма(ы) обучения

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор–составитель:

Д.э.н., профессор кафедры
социальных технологий

Прихач А.Ю.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД «Основы бизнес-моделирования СМИ» в новой редакции одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 14 сентября 2023 г. № 1.

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.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК - 1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1	Способен отслеживать и учитывать изменение норм русского иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
		ОПК - 1.2	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов 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	F/01.7 Определение направлений развития организации	на уровне знаний: знать основные теоретические положения организации бизнеса
		на уровне умений: уметь анализировать и определять перспективные направления бизнес-моделирования СМИ
		на уровне навыков: проводить необходимые расчеты по определению затрат и результатов формулируемой бизнес-модели

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ» относится к обязательным дисциплинам по направлению подготовки бакалавров 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 студентами 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./астрон. часах)
Общая трудоемкость	72/54
Контактная работа с преподавателем	36/27
Лекции	12/9
Практические занятия	24/18
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	36/27
Контроль	
Формы текущего контроля	Ситуационные задания, доклад, задачи
Вид промежуточного контроля	Зачет

Место дисциплины.

Учебная дисциплина Б1.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ» относится к вариативным дисциплинам по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика» и изучается во 2 семестре.

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

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения способностями, 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 **, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Основные понятия бизнеса и бизнес-моделей	12	2		4		6	Д, СЗ
Тема 2	Моделирование деятельности	12	2		4		6	Д, СЗ, 3
Тема 3	Регулярный менеджмент предприятия СМИ	12	2		4		6	Д, СЗ
Тема 4	Бизнес-планирование деятельности субъекта СМИ	12	2		4		6	Д, СЗ, 3
Тема 5	Технология моделирования и	12	2		4		6	Д, СЗ, 3

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Очная форма обучения								
	описания бизнес-процессов							
Тема 6	Цифровые инструменты моделирования	12	2		4		6	Д, 3
Контроль								
Промежуточная аттестация		2*						зачет
Всего (академ.час./астроном.час.):		72/54	12/9		24/18		36/27	

Д – доклад,
СЗ – ситуационные задания,
З - задачи

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Основные понятия бизнеса и бизнес-моделей

«Основы бизнес-моделирования СМИ» — курс, в котором реализуется междисциплинарный подход. Курс направлен на частичное преодоление проблем идентичности в области экономических и социальных отношений, существующих антагонистических противоречий в структуре деятельности предприятия, обеспечивающего функционирование СМИ. Понятийная и правовая основа современного бизнеса. Бизнесы в среде массмедиа. Понятие бизнес-модели. Многообразие бизнес-моделей. История развития бизнеса на информационном рынке. Развитие рынка и изменение предпочтений потребителей. Бизнес-модели на современном рынке СМИ. Объектом курса «Основы бизнес-моделирования СМИ» является отрасль массмедиа России как совокупность предприятий (фирм), занимающихся производством однородного продукта — информации. Предметом курса является менеджмент предприятия (фирмы), издающего (выпускающего) СМИ. Методом, позволяющим в рамках учебного процесса получить максимально полное представление о таком сложном объекте, как предприятие массмедиа, является моделирование. Целью курса является предоставление комплекса знаний и навыков о технологии создания и дальнейшем оптимальном функционировании предприятия (фирмы) массмедиа.

Тема 2. Моделирование деятельности

Массмедиа как чистая отрасль социально-культурной ориентации, объединяющую ряд предприятий, производящих однородные товары и услуги на основе обработки (переработки) информации. Институты рыночной экономики. Рынок СМИ. Экономическая организация.

Понятие «фирма» в экономической науке. Фирма как экономическая организация, являющаяся альтернативным рынку способом хозяйственной координации. Типология предприятий массмедиа с организационной точки зрения. Значение тип производимого продукта. Применение контрактной системы. Особенности экономической организации предприятия массмедиа. Организационно-правовые формы предприятия.

Характер модели, моделируемых объектов, сферам приложения моделирования. Модельный эксперимент. «Пилот» — «нулевой» номер, бета-версия, «пилот» программы. Моделирование интегрального бизнес-процесса. Этапы моделирования.

Тема 3. Регулярный менеджмент предприятия СМИ

Элементы (процедуры) и вспомогательные элементы базовых процессов на фирме. Система управления экономикой предприятия. Рабочая среда. Подходы к управлению предприятием. Регулярный менеджмент. Типы менеджмента. Элементы регулярного менеджмента.

Модели действий, определяющие успешное развитие СМИ. Понимание технологии создания структуры массмедиа. Типы труда в современной редакции. Выделение юридического, творческого, технического и менеджерского коллективов на организационном уровне. Понятие временного трудового коллектива. Концепция и базовый тип коммуникации СМИ. Типы стратегий. Редакционная политика. Формат СМИ. Рабочая среда проекта. Аудитория СМИ.

Тема 4. Бизнес-планирование деятельности субъекта СМИ

Бизнес-план как документ, моделирующий деятельность предприятия сквозь призму финансов и экономики на определенном отрезке времени. Предварительный (первичный) бизнес-план. Описание процедуры создания и исполнения ежемесячного бюджета на основе годового бюджета проекта. Описание процедуры бюджетного контроллинга. Определение центров финансовой ответственности (ЦФО). Определение учетной политики проекта. Запуск системы тестирования рабочих расписаний сотрудников проекта. Запуск технологий контент-менеджмента. Определение базовых экономических подходов. Учет целей и интересов инвестора, основанных на его стратегии. Структура бизнес-плана.

Тема 5. Технология моделирования и описания бизнес-процессов

Горизонтальное и вертикальное описание бизнес-процессов. Основные подходы к горизонтальному описанию бизнес-процессов. Классификация входов и выходов бизнес – процесса. Построение сети бизнес-процессов. Семь "золотых" правил описания бизнес-процессов. Модель цепочки добавления ценности (Value Chain Model). Модель IBL (The International Business Language). Тринадцати процессная модель Американского центра производительности и качества (American Productivity&Quality Center). Восьми процессная модель компании BKG Profit Technology.

Тема 6. Цифровые инструменты моделирования

Метод структурного анализа и проектирования: назначение и особенности. Моделирование бизнес-процессов SADT, ARIS, BPM. Методология IDEF0, IDEF3, IDEF1X. Программные средства моделирования бизнес-процессов в стандартах SADT и IDEF. Методология моделирования ARIS. Основные модели ARIS. Программные средства моделирования в методологии ARIS. Концепция управления бизнес-процессами BPM. Описание нотации BPMN. Программные средства поддержки BPM

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ» 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 1-6

1. Понятие национальной экономики, ВВП, ВВП
2. СМИ как отрасль национальной экономики
3. Сущность и значение Закона РФ «О средствах массовой информации»
4. Содержание и наполнение современного рынка СМИ
5. Массмедиа с точки зрения либеральных рыночных подходов
6. Основные типы современной экономической организации
7. Основные организационно-правовые формы предприятий
8. Понятие «модели», основные типы моделирования в бизнесе
9. Содержание терминов «теория», «методология», «метод», «методика»
10. Объект, субъект, среда бизнес-моделирования массмедиа
11. Этапы моделирования предприятия массмедиа
12. Понятие современного менеджмента
13. Задачи современного менеджера
14. Основные и вспомогательные элементы регулярного менеджмента
15. Инструментальный комплекс при моделировании предприятия
16. Понятие и содержание бизнес-плана
17. Понятие и содержание стратегии предприятия
18. Понятие маркетинга на современном предприятии
19. Понятие реинжиниринга
20. Автоматизация управления и документооборота
21. Функционал главного редактора, шеф-редактора и выпускающего редактора
22. Понятие временного трудового коллектива
23. Интернет-версия СМИ: формы, содержание, обновление
24. Последовательность действий при запуске нового СМИ
25. Типы коммуникаций с аудиторией СМИ
26. Содержание редакционной политики
27. Форматы СМИ
28. «Пилот» нового СМИ: цели, задачи, основные характеристики
29. Понятие и структура бизнес-плана
30. Виды бизнес-планов
31. Программные инструменты при создании бизнес-планов
32. Формы договоров с сотрудником издательства
33. Порядок регистрации предприятия
34. Система оплаты труда в организации массмедиа
35. Бюджетный контролинг
36. Горизонтальное и вертикальное моделирование бизнеса
37. Моделирование сети бизнес-процессов
38. Методология моделирования ARIS
39. Концепция управления бизнес-процессами BPM
40. Программные средства поддержки BPM

Типовые ситуационные задания по темам 1-5

- Задание 1. Предложить модель выхода со своим продуктом на рынок СМИ в разных сферах: печатный, радио, телевидение, интернет.
- Задание 2. Представлены данные сложившегося рынка местных СМИ. Предложить программу продвижения нового продукта.
- Задание 3. Из числа работников издательства необходимо назначить помощника главного редактора. На первый взгляд, ни у кого из сотрудников нет явных преимуществ. Какие действия предпринять?
- Задание 4. Предложить эффективную систему мотивации для креативного коллектива с учетом и в соответствии с указанными характеристиками.
- Задание 5. Предложить методы уменьшения себестоимости единицы продукции с учетом потребляемых для производства материалов и задействованного персонала издательства
- Задание 6. Предложить механизмы развития клиентской базы компании, с учетом предлагаемых сложившихся внешних факторов деловой среды.
- Задание 7. Наметилось резкое снижение числа клиентов вашей продукции. Что предпринять? Какие виды анализа и действия необходимо осуществить в первую очередь?
- Задание 8. Как распределить усилия, если редакция планирует свою деятельность в двух видах предоставления продукта: печатном и электронном? Предложите варианты в условиях ограниченности ресурсов по а) финансам, б) сотрудникам, в) времени
- Задание 9. Каким образом и в каких моделях возможно взаимодействие холдинга с известными блогерами, имеющими широкую аудиторию?

Задачи по темам 2-6 (обобщенное описание)

Задача №1. Определить затраты на развитие маркетинговой кампании, учитывая различные варианты степени охвата рынка и ожидаемой отдачи.

Задача №2. Рассчитать стоимость нового пилотного проекта, представляющего новый контент-продукт с учетом выбора различных позиций затрат и продвижения

Задача №3. Выбрать вариант рекламного продвижения продукта, исходя из стоимости и эффективности разных вариантов рекламной компании, стараясь достигнуть различных целей: 1) наибольших охват рынка; 2) наибольший объем выручки; 3) наибольший объем прибыли

Задача № 4. Рассчитать заработную плату разных категорий сотрудников издательской фирмы, исходя из различных вариантов результатов деятельности

Задача № 5. В соответствии с предлагаемыми условиями и показателями деятельности рассчитать себестоимость единицы печатной продукции и цены различными способами переноса стоимости

Задача № 6. Рассчитать бюджет компании на текущий и отдаленный период, с учетом изменения стоимости материалов, издательских услуг, оплаты консалтинговых и аналитических услуг

Задача №7. Представить графически модель предлагаемого бизнес-процесса, с учетом возможных тенденций изменения рыночной ситуации по спросу

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Зачет проводится с применением следующих методов: устный опрос по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Перечень вопросов к зачету

1. Отрасль национальной экономики СМИ
2. Содержание и значение Закона РФ «О средствах массовой информации»
3. Содержание и наполнение современного рынка СМИ
4. Понятие «модели», основные типы моделирования
5. Содержание терминов «теория», «методология», «метод», «методика»
6. Объект, субъект, среда бизнес-моделирования массмедиа
7. Этапы моделирования предприятия массмедиа
8. Задачи современного менеджмента в СМИ
9. Основные и вспомогательные элементы регулярного менеджмента
10. Инструментальный комплекс при моделировании деятельности предприятия СМИ
11. Понятие и содержание бизнес-плана
12. Модели стратегии предприятия
13. Функционал главного редактора, шеф-редактора и выпускающего редактора
14. Понятие временного трудового коллектива
15. Интернет-версия СМИ: формы, содержание, обновление
16. Последовательность действий при запуске нового СМИ
17. Типы коммуникаций с аудиторией СМИ
18. Содержание редакционной политики
19. Формат СМИ
20. «Пилот» нового СМИ: цели, задачи, основные характеристики
21. Понятие и структура бизнес-плана
22. Виды бизнес-планов
23. Программные инструменты при создании бизнес-планов
24. Формы договоров с сотрудником издательства
25. Порядок регистрации предприятия
26. Система оплаты труда в организации массмедиа
27. Процедуры рабочей среды проекта
28. Технология создания прайс-листа медиапроекта
29. Понятие баланса предприятия
30. Формирование плана продаж
31. Построение сети бизнес-процессов
32. Сущность и содержание модели IBL
33. Восьми процессная модель компании BKG Profit Technology
34. Моделирования бизнес-процессов SADT
35. Моделирования бизнес-процессов ARIS
36. Моделирования бизнес-процессов BPM

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

Ситуационные задания. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя вариативные ответы на предлагаемую ситуацию и ответы при проверке понятийных категорий. Ответ должен быть кратким, по существу, и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к ситуационным заданиям по планам семинаров следует по материалу теоретического материала. На семинарских занятиях также могут быть предусмотрены дополнительные задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях, в случаях, если рассматриваемая ситуация получила высокую вариативность решений и возникли спорные решения, иногда взаимно исключающие друг друга. В этом случае можно осуществить аналитическую или балльную оценку, со стороны магистрантов, всем предлагаемым вариантам действий.

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 оценку со стороны преподавателя, в соответствии с качеством его представления и защиты.

Решение задач. В соответствии с рассматриваемой тематикой занятия магистрантам предлагаются задачи в двух форматах решения: а) группового, б) индивидуального варианта. В случае группового решения всем выдаются одинаковые значения исходных условий. При индивидуальном подходе цифровые значения условия задачи будут различаться и ответы будут различными. В случае затруднения решения или неполного понимания представленного решения, проводится подробный анализ решения.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7.1. Основная литература

1. Иваницкий Л.В. Основы бизнес-моделирования СМИ: учеб. пособие для академического бакалавриата, - 3-е издание, испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2020, - 239 с.
2. Олешко В.Ф. Моделирование в журналистике: теория, практика, опыт. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета., 2000 - 194 с.
3. Моделирование бизнес-процессов / А.Н. Байдаков, О.С. Звягинцева, А.В. Назаренко и др.; – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 179 с. - URL: <http://window.edu.ru/resource/212/61212/files/posob2.pdf>

7.2. Дополнительная литература

1. Амиров В.М. Экономика и менеджмент СМИ: конспект лекций. Екатеринбург, 2009.
2. Основы медиабизнеса: Учеб. пособие / Под ред. проф. Е. Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс. 2009.

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 PowerPoint 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.