

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1164261	Теория массовых коммуникаций

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Реклама и связи с общественностью	Код ОП 1. 42.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Мельникова Ольга Ярославовна	кандидат социологически х наук, без ученого звания	Старший преподаватель	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Теория массовых коммуникаций**

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль знакомит студентов с основными научными направлениями в области исследования массовых коммуникаций, учит ориентироваться в исторических аспектах развития медиа в обществе, различиях и концептуальных особенностях подходов к исследованию медиа и теоретических школ их изучения. Модуль направлен на изучение устройства общества, его структуры, совокупности социальных групп и социальных институтов, сущности социальных процессов, понимании психологических аспектов коммуникационной деятельности.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Теория массовых коммуникаций	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Теория массовых коммуникаций	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области П-1 - Составлять и оформлять аналитические документы или отчеты,

		<p>отражающие результаты, значимые для своей профессиональной области, в соответствии с нормативными требованиями</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>
	<p>ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного типа, распространённые в профессиональной области</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа</p> <p>Д-1 - Демонстрировать коммуникативные умения, умение эффективно работать в команде, лидерские качества</p>
	<p>ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности</p> <p>П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к</p>

		выстраиванию партнерского взаимодействия
	ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	<p>З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры</p> <p>У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры</p> <p>П-1 - Создавать модели получения обратной связи от субъектов, вовлеченных в профессиональную деятельность, с описанием социального эффекта и ее последствий</p> <p>Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Теория массовых коммуникаций

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Мельникова Ольга Ярославовна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Старший преподавате ль	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 31 от 26.05.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Мельникова Ольга Ярославовна, Старший преподаватель, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Основы теории коммуникации	<p>Понятие коммуникации. Законы коммуникации. Функции теории коммуникации. Коммуникация и общение.</p> <p>Этапы развития теории коммуникации от Античности до наших дней.</p> <p>Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Модели коммуникации. Структурные компоненты коммуникации. Коммуникативные барьеры.</p> <p>Теория символического интеракционизма. Социальный конструктивизм. Коммуникативная сущность ритуала. Нарратив. Семиотическая модель коммуникации. Дискурс, Дискурс-анализ. Институциональный дискурс.</p> <p>Массовая коммуникация. Теория Маклюэна. Критическая традиция анализа коммуникации (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Ч. Р. Миллс).</p> <p>История массовой коммуникации в зеркале рекламы. Кино как канал СМК. ТВ как канал массовой коммуникации. Эффекты массмедиа.</p> <p>Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации (Л. Альтюссер, А. Грамши).</p> <p>Концепция пропаганды.</p>

		<p>Особенности движения информации в СМИ. Аудитория СМИ и основные подходы к ее изучению.</p> <p>Глобальные коммуникационные процессы и Интернет: особенности функционирования и технологии информационного воздействия.</p> <p>Вербальная и невербальная коммуникация. Визуализация коммуникации. Фотография как вид коммуникации.</p> <p>Слухи как канал массовой коммуникации и особенности их использования.</p> <p>Коммуникации в организации. Концепция К.Гирца и М.Пакановски. Теория С.Дитца. Коммуникативная культура личности и организации.</p>
Р2	Социология массовых коммуникаций	<p>Социологические теории массовых коммуникаций. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации.</p> <p>Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации.</p> <p>Социокультурная традиция анализа массовой коммуникации.</p> <p>Социологические исследования массовых коммуникаций. Опросные методы.</p> <p>Методы анализа документов.</p> <p>Качественные методы исследований. Коммуникатор и социологические способы его изучения</p> <p>Содержание информации и методика его анализа.</p> <p>Анализ содержания как социологический метод изучения информационных потоков.</p> <p>Аналитическое обеспечение информационной политики публичных субъектов. Структура информационной политики. Уровни принятия решений.</p> <p>Основные объекты анализа в рамках социологии массовых коммуникаций. Аналитическое обеспечение рекламных кампаний.</p> <p>Аналитическое обеспечение ПР-кампаний</p>
Р3	Психология массовых коммуникаций	<p>Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии; структура личности как база восприятия информации; типология аудитории, сегментация аудитории.</p> <p>Массовая коммуникация и психология информационного воздействия.</p> <p>Специфика предметного поля.</p> <p>Психологические механизмы воздействия на массовое сознание. Подходы к определению. Признаки массового сознания. Структура и виды элементов. Взаимосвязь между элементами.</p>

	<p>Содержание массового сознания. Специфика возникновения. Место массового сознания в структуре личности.</p> <p>Психологические исследования массовой коммуникации: имидж коммуникатора, психографика; психологические аспекты изучения аудитории.</p> <p>Подходы к определению. Западные и российские подходы к изучению общественного мнения. Структура и виды. Носители общественного мнения.</p> <p>Возможности формирования общественного мнения.</p> <p>Характеристики стереотипа. Структура (когнитивный и инструментальный компоненты).</p> <p>Формирование и разрушение стереотипов. Стереотипизация. Соотношения понятий «имидж» и «стереотип».</p> <p>Подходы к исследованию социальных установок (Л. Ланге, Г. Мюллер, Т. Штуман, Д. Узнадзе).</p> <p>Структура установки. Характеристики установок. Условия возникновения установки. Разновидности состояния установки. Индивидуальные типы установок.</p> <p>Социальная установка. Условия, влияющие на протекание процессов изменения установок. Взаимосвязь между стереотипом и социальной установкой.</p> <p>Теория социальных отличий. Значение социального изменения. Социальное дифференцирование в современном обществе. Избирательное влияние в массовой коммуникации.</p> <p>Теория социальной взаимосвязи. Социокультурная матрица. Социализация и теории косвенного влияния. Средства массовой информации как агент социализации. Формирование отношения, восприятия и веры.</p> <p>Массовая коммуникация и влияние медиареальности. Функции СМИ в формировании значений. Речь и языка СМИ.</p> <p>Эффекты СМИ, связанные с поведением (рост общественного интереса к данной проблематике; 1970-е: интерес к ТВ-насилию).</p> <p>Влияние телевизионного насилия (результаты исследований; экспериментальные результаты; эксперимент Бандуры; усложнение факторов). Поощряющееся просоциальное поведение.</p> <p>Психологические эффекты массовой коммуникации; понятия подражания и заражения; понятие массовых вкусов; закономерности массового поведения и реклама; психология моды.</p> <p>Массовая коммуникация и теоретические стратегии убеждения. Убеждение и внушение; психологические модели убеждающего воздействия; соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории; роль групповых факторов в процессе убеждения; понятие конформизма;</p>
--	---

		<p>психология слухов, механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов.</p> <p>Теоретические стратегии убеждения. Психодинамическая стратегия. Социокультурная стратегия. Стратегия формирования значений.</p> <p>Психология творчества журналиста, создателя рекламы; творческое мышление, творческие способности, вербальное и невербальное мышление; методы активизации творческого мышления.</p>
--	--	---

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	<p>проектная деятельность</p> <p>целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях</p>	<p>Технология повышения коммуникативной компетентности</p> <p>Технология самостоятельной работы</p>	<p>ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p>	<p>З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры</p> <p>У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры</p>

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теория массовых коммуникаций

Электронные ресурсы (издания)

1. Шарков, Ф. И.; Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689> (Электронное издание)
2. Шарков, Ф. И.; Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2022; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684410> (Электронное издание)
3. Шпаковская, С. В.; Основы теории коммуникации : учебное пособие.; Пензенский государственный

университет, Пенза; 2006; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39417> (Электронное издание)

4. Бакулев, Г. П.; Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104042> (Электронное издание)

5. Дедов, Н. П., Коробанова, Ж. В.; Социальная психология: учебное пособие для бакалавриата : учебное пособие.; Прометей, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576030> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Шарков, Ф. И.; Коммуникология. Коммуникационный консалтинг : учеб. пособие для подгот. бакалавров и магистров рекламы и связей с общественностью.; Дашков и К°, Москва; 2011 (5 экз.)

2. Шарков, Ф. И.; Коммуникология. Коммуникационный консалтинг : учеб. пособие.; Дашков и К°, Москва; 2011 (10 экз.)

3. Шарков, Ф. И.; Коммуникология. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие.; Дашков и К°, Москва; 2010 (10 экз.)

4. Назаров, М. М.; Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований; УРСС, Москва; 2003 (42 экз.)

5. Федотова, Л. В.; Социология массовой коммуникации : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью".; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2004 (9 экз.)

6. Федотова, Л. Н.; Социология массовой коммуникации : Учебник для вузов.; Питер, Санкт-Петербург; 2003 (47 экз.)

7. Гузикова, М. О.; Основы теории межкультурной коммуникации : [учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлениям подготовки 035700 "Лингвистика", 45.03.02 "Лингвистика"]; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2015 (30 экз.)

8. Садохин, А. П.; Введение в теорию межкультурной коммуникации; Высшая школа, Москва; 2005 (55 экз.)

9. Шарков, Ф. И.; Основы теории коммуникации : Учебник.; Издательский Дом "Социальные отношения", Москва; 2002 (46 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>

2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>

3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>

4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>

5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>

6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - http://book.uraic.ru/el_library

1. Головлева, Е. Л. Теория и практика современной коммуникации : учебник для вузов / Е. Л. Головлева, Д. А. Горский. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 192 с. — ISBN 978-5-906912-92-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:

- <https://www.iprbookshop.ru/74742.html> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;
2. Введение в теорию межкультурной коммуникации : практикум / составители О. А. Ганжара, И. Б. Филипенко. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 98 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92677.html> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;
3. Зелинский, С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды — как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс / С. А. Зелинский. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. — 408 с. — ISBN 978-5-903463-17-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/96408.html> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;
4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 424 с. — ISBN 978-5-7598-1488-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89356.html> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;
5. Паршукова Г.Б. Основы теорий коммуникаций. Теории и модели коммуникаций [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Паршукова Г.Б. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 71 с. — Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/id=91298>. — «БИБЛИОКОМПЛЕКТАТОР», по паролю.
6. Шаповалова Н.Г. Основы теории коммуникации: начальный курс [Электронный ресурс]: Учебно-методическое пособие/ Шаповалова Н.Г., Старостина Е.В. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 81 с. — Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/id=74286>. — «БИБЛИОКОМПЛЕКТАТОР», по паролю.
7. Шарков Ф.И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии [Электронный ресурс]: Монография/ Шарков Ф.И., Силкин В.В. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Международная академия коммунологии, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/id=85462>. — «БИБЛИОКОМПЛЕКТАТОР», по паролю.
8. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 486 с. : ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200> (дата обращения: 23.11.2020). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-01185-6. — Текст : электронный.
9. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. — Москва : Дашков и К°, 2020. — 324 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042> (дата обращения: 20.11.2020). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный.
10. Шарков, Ф.И. Коммунология: основы теории коммуникации : [16+] / Ф.И. Шарков. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 488 с. : ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> (дата обращения: 23.11.2020). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-02089-6. — Текст : электронный.

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;

зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>

электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>

справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теория массовых коммуникаций

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

		<p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>

	<p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
--	---	--