

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «БУРЯТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и массовых коммуникаций



«УТВЕРЖДАЮ»

Декан/директор

Дашинимаева П.П.

«1» сентября 2016 г.

### Программа практики

#### Учебная практика

по получению первичных профессиональных умений и навыков,  
в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки / специализация

**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация (степень) выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная

Улан-Удэ

2016

## **1. Цели практики**

Развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели, а также закрепление и углубление теоретической подготовки для овладения первичными профессиональными умениями и навыками рекламно-информационной, коммуникационной и организационно-управленческой видов деятельности. Учебная практика обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата) организовывается и осуществляется в соответствии с «Положением о порядке проведения практики обучающихся в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования "Бурятский государственный университет"» в действующей редакции.

## **2. Задачи практики**

- ознакомление с организацией работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы, организации;
- ознакомление с внутренними коммуникациями фирмы, организации;
- получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности по созданию эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечению внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, поддержанию корпоративной культуры;
- получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности по разработке, подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

## **3. Вид практики, способ и форма проведения практики**

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности осуществляется университетом на основе договоров о прохождении практики с организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям,

осваиваемым в рамках образовательной программы (уровень бакалавра) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Способ проведения практики – стационарный.

Форма практики – непрерывная дискретная.

Учебная практика проходит в университете либо в профильных организациях, расположенных на территории г. Улан-Удэ. Общая продолжительность учебной практики составляет 4 недели. Для руководства практикой, проводимой в Университете, назначается руководитель практики от Университета из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу вуза. Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Университета, организующей проведение практики и руководитель практики из числа работников профильной организации.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, согласно Положению об организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет» (Утверждено приказом ФГБОУ ВПО «БГУ» №46а-од от 27.02.2015 г.)

Объектами прохождения учебной практики могут быть:

- органы региональной государственной власти, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность.

#### **4.Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

В результате прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности студент должен:

**Знать** – основные законодательные акты, принципы формирования нормативно-правового обеспечения образования в Российской Федерации; общие характеристики и специфику деятельности отделов рекламы и связей с общественностью

**Уметь** – пользоваться законодательными актами; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы;

**Владеть** – правовыми нормами реализации профессиональной деятельности; методами оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы

**Формируемые компетенции:**

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности

(ОК-4);

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы / связей с общественностью

(ОПК-2);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

## **5. Место практики в структуре образовательной программы**

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности относится к Блоку Б2.У.1, она базируется на освоении таких дисциплин, как «Основы маркетинга», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Социология массовых коммуникаций», «Креативные стратегии и реклама». Основными требованиями к входным знаниям, умениям и навыкам обучающегося, приобретенным в результате освоения данных дисциплин являются знание базовых основ института массовой коммуникации, роли и места рекламы в его развитии, механизмов взаимоотношений между субъектами, входящими в коммуникационную цепь, форм и методов выражения и формирования общественного мнения, также знание принципов и правил выбора оптимальных носителей PR-сообщений и рекламных обращений и каналов их распространения с учетом целей и задач рекламных кампаний и PR-мероприятий. Обучающийся к началу учебной практики должен иметь компьютерные навыки сбора, обработки и хранения информации, распространяющейся по каналам массовой коммуникации, навыки оценки эффективности рекламных сообщений.

**Практика предназначена для закрепления знаний, умений и навыков, полученных при изучении следующих разделов образовательной программы:**

№	Наименование	Предшествующие разделы	Последующие разделы
п/п	компетенции	ОПОП	ОПОП

1.	ОК-4	-	1.Правовые основы рекламной деятельности (8 семестр) 2.Правоведение (8 семестр)
2.	ОПК-2	-	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью (6-7 семестры)
3.	ПК-1	-	

### **6.Место и сроки проведения практики**

Сроки учебной практики установлены университетом, в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса она проходит во 2 семестре.

Местами прохождения учебной практики являются профильные организации, с которыми университетом заключены договора о прохождении практики:

1. Администрация Главы Республики Бурятия и Правительства Республики Бурятия
- 2.Государственная телерадиовещательная компания «Бурятия»
- 3.Народный Хурал Республики Бурятия
- 4.ООО «ВМГ»
- 5.Телекомпания «Мир-Бурятия»
- 6.Редакция газеты «Новая Бурятия»
- 7.Рекламное агентство «Перец»
8. Управление Федеральной антимонопольной службы по РБ
- 9.ОАО «Водоканал»
- 10.ООО «Медиа-центр»
- 11.ИП «Первухин А.В»
- 12.Редакция газеты «Байкальские огни»

- 13.000 «Сибирь-Медиа»
- 14.000 «Байкал Продакшн»
- 15.000 «Мон Ула Филмз»
- 16.000 «Славия-Тех»
- 17.000 «Информ Полис»
- 18.ЗАО «Радио Сибирь-Байкал»
- 19.000 «Первый медиа-холдинг»
- 20.000 «Макс Медиа»
- 21.Кафедра журналистики и рекламы Бурятского государственного университета

## 7. Объем и содержание практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов, 4 недели.

№ п/п	Разделы (этапы практики)	Виды работ, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный	<p>1.Организационное собрание обучающихся для ознакомления обучающихся с их распределением по базам практики и назначением ответственных из числа обучающихся по каждой базе практики, для информирования о руководителях практики от кафедры журналистики и рекламы БГУ и от профильной организации.</p> <p>2.Установочная конференция с целью ознакомления обучающихся с целями, задачами, видом, способом, формой и сроками прохождения учебной практики, ее этапами, планируемыми результатами обучения при прохождении практики, требованиями к</p>	<p>устный опрос,</p> <p>письменный опрос,</p> <p>заполнение журнала о прохождении инструктажа по технике безопасности</p>

		<p>трудоустройству и трудовой дисциплине.</p> <p>3.Инструктаж по технике безопасности, содержащий общие указания по соблюдению правил техники безопасности и охране труда на рабочем месте и действующих правилах внутреннего распорядка в профильных организациях и университете.</p> <p>4.Разъяснение обучающимся требований к оформлению отчета по практике и ведению дневника практики.</p> <p>Всего на виды работ: 10 часов</p>	
2.	Практический	<p>1.Прохождение учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности с момента зачисления обучающегося на практику в качестве практиканта и до завершения практики включает выполнение заданий, предусмотренных данной программой, участие в производственном процессе организации, выполнение поручений и заданий руководителя от профильной организации, ведение дневника практики.</p> <p>Всего на виды работ: 140 часов*</p> <p>2.Самостоятельный поиск, изучение и отбор источников – научных публикаций, статей и книг по теме будущей курсовой работы.</p> <p>Всего на вид работы: 44</p> <p>*Согласно ст.ст. 91-92 ТК РФ продолжительность рабочего дня для обучающихся при прохождении практики в профильных организациях и в университете составляет для обучающихся в возрасте от 16 до 18 лет не более 35 часов в неделю, для обучающихся в возрасте от 18 и старше не более 40 часов в неделю.</p>	промежуточный отчет о выполнении заданий

3.	Отчетный	<p>1. Подготовка письменного отчета о выполнении всех заданий, содержащий все сведения о выполненной работе обучающимся в период практики, в том числе отчет о выполнении заданий руководителя от университета, а также краткое описание структуры и деятельности профильной организации – базы практики.</p> <p>2. Прохождение промежуточной аттестации по учебной практике.</p> <p>Всего на виды работ: 22 часа</p>	<p>Отчет, Дневник, характеристика от руководителя профильной организации, зачет с оценкой</p>
----	----------	---	---

### 8. Формы отчетности по практике

Формами отчетности по учебной практике для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Бурятского госуниверситета являются:

1. Письменный отчет.

2. Дневник.

Отчет должен быть заверен представителем базы практики. В университете установлены типовые формы Отчета и Дневника практики с учетом требований ФГОС ВО. Кафедра журналистики и рекламы Бурятского госуниверситета создает комиссию во главе с заведующим кафедрой по приему и защите отчетов по учебной практике. Защита отчета по практике проводится в срок не позднее 10 дней от начала учебного процесса после окончания практики перед комиссией, назначенной заведующим выпускающей кафедрой. В состав комиссии входит руководитель практики от кафедры. Студенту предоставляется время до 10 минут для доклада по итогам практики. Затем ему могут быть заданы вопросы по программе практики, после чего комиссия выставляет оценку по пятибалльной системе. При этом комиссия учитывает:

- качество выполнения программы практики;
- качество содержания и оформления отчета;
- творческий подход студента к выполнению индивидуального задания на практику;
- качество защиты (доклад, ответы на вопросы).



Оценка по практике (дифференцированный зачет) приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов и при рассмотрении вопроса о назначении стипендии.

### 9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания отражено в таблице 1.

№ П\П	Компетенции	Показатели оценивания компетенции	Этап формирования	Уровень сформированности	Шкала оценивания
1.	ОК-4: способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности и	<p><b>Знает:</b> правовые нормы реализации профессиональной деятельности; основные законодательные акты, принципы формирования нормативно-правового обеспечения образования в Российской Федерации</p> <p><b>Умеет:</b> пользоваться законодательными актами</p> <p><b>Владеет:</b> правовыми нормами реализации профессиональной деятельности</p>	2-й этап	Пороговый	60-69
				Базовый	70-84
				Высокий	85-100
2	ОПК-2: владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с	<p><b>Знать:</b> иметь представление о работе отделов рекламы и связей с общественностью в организации или компании, об их месте и роли в структуре организации, знать</p>	2-й этап	Пороговый	60-69
				Базовый	70-84

	общественность	основные функции отдела; <b>Уметь:</b> разбираться в функциях и структуре отдела рекламы и связей с общественностью; <b>Владеть:</b> навыками анализа функционирования отдела рекламы и связей с общественностью в организации/компании		Высокий	85-100
3.	ПК-1: способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по	Знать: принципы управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, основы оперативного планирования и контроля рекламной работы; <b>Уметь:</b> разбираться в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, в оперативном планировании и контроле рекламной работы, продвижении	2-й этап	Пороговый	60-69
				Базовый	70-84

	повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	товаров и услуг на рынок; <b>Владеть:</b> навыками сбора и анализа информации о функционировании служб рекламы и служб по связям с общественностью		Высокий	85-100
--	---	---	--	---------	--------

Оценка знаний, умений и навыков деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы в результате прохождения практики отражены в таблице 2.

Таблица 2.

№ п/п	Контролируемые разделы	Наименование компетенции	Этапы формирования	Оценочные средства	количество
1	Практический	ОК-4: способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности и  ОПК-2: владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью	2 семестр	Дневник практики	1
				Отчет по практике	1
3	Практический  Отчетный	ПК-1: способность принимать участие в управлении и	2 семестр	Дневник практики	1
				Отчет по практике	1

		<p>организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		Презентация отчета	1
--	--	--	--	--------------------	---

### Оценочные средства

1. Дневник практики
2. Отчет по практике
3. Презентация отчета

Дневник практики оформляется согласно типового контрольного задания (Приложение 7 к Положению о порядке проведения практики обучающихся в ФГБОУ ВО «БГУ»).

Типовое контрольное задание к отчету: отчет по учебной практике включает результаты выполнения индивидуального задания для обучающегося, разработанного руководителем практики от университета, согласованного с руководителем практики от профильной организации (Приложение 10 Положению о порядке проведения практики обучающихся в ФГБОУ ВО «БГУ»).

Типовое контрольное задание к презентации отчета. Презентация отчета включает в себя следующие контрольные вопросы к его защите:

1. Укажите организационно-правовую форму базы практики.
2. Перечислите учредителей базы практики (для организации).
3. Опишите краткую историю создания и развития предприятия
4. Укажите нормативные правовые документы (федерального уровня, уровня субъекта Федерации, органа местного самоуправления), регламентирующие работу базы практики.
5. Укажите основные виды деятельности предприятия
6. Укажите систему управления и организации отдела рекламы и связей с общественностью, принципы оперативного планирования и оперативного контроля работы в этих отделах.

### **Критерии оценивания**

По итогам процедуры защиты учебной практики студенту выставляется «отлично» - обучающийся своевременно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики, показал глубокую теоретическую, методическую, умело применил полученные знания во время прохождения практики, ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ проведенной работы; отчет по практике выполнил в полном объеме, результативность практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности;

«хорошо» - обучающийся демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; полностью выполнил программу, но допустил незначительные ошибки при выполнении задания, грамотно использует профессиональную терминологию при оформлении отчетной документации по практике;

«удовлетворительно» - обучающийся выполнил программу практики, однако в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности, допустил существенные ошибки при выполнении заданий

практики, демонстрирует недостаточный объем знаний и низкий уровень их применения на практике; низкий уровень оформления документации по практике;

«неудовлетворительно» - обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, обучающийся не выполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не представил необходимую отчетную документацию.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется на практику повторно в свободное от учебы время или отчисляется из Университета.

**Шкала оценивания результатов учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности**

Оценка	Баллы
Удовлетворительно	60-69 баллов
Хорошо	70-84 балла
Отлично	85-100 баллов

**10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики:**

**А) Основная литература**

1. Анашкина Н. А. Рекламный образ: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по специальности 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)"/Н. А. Анашкина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. —М.: ЮНИТИ, 2010. —172,
2. Грановский Л. Г. Творческая реклама : эффективные принципы бизнеса: Учеб. пособие для вузов по спец. 350700 "Реклама"/Л. Г. Грановский, В. Л. Полукарпов. —М.: "Дашков и К", 2003. —260 с
3. Костина А.В. Основы рекламы : учеб. пособие для студ.вузов, обуч. по гуманит. спец. - М. : КНОРУС, 2009.
4. Чудинов А.П. Основы теории коммуникации: практикум. [Электронный ресурс] / А.П. Чудинов, Е.А. Нахимова. — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2013. — 153 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/44136>

**Б) Дополнительная литература**

1. Уэллс У. Реклама : принципы и практика/У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти. —СПб: Питер, 2001
2. Кипнис М. Тренинг креативности/М. Кипнис. —М.: Ось-89, 2006.

## **В) Интернет-ресурсы**

1. <http://evartist.narod.ru/>
2. <http://www.government.ru>
3. <http://www.advertology.ru>
4. <http://www.gumer.info/>
5. <http://www.lib.ru/>

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Информационные технологии, используемые при проведении практики обучающихся в Бурятском государственном университете, ориентированы на достижение целей практики. Обучающимся обеспечивается возможность доступа к информации, необходимой для выполнения индивидуального задания по практике и написанию отчета. Организации, учреждения и предприятия, а также учебно-научные подразделения ФГБОУ ВО «БГУ» обеспечивают рабочее место обучающегося компьютерным оборудованием с выходом в Интернет в объемах, достаточных для достижения целей практики.

Наименование ПО	Описание	Тип лицензии	Реквизиты лицензии
Office Professional Plus 2007	Office Professional Plus 2007 позволяет компании работать более эффективно благодаря новому набору средств предназначенных для создания, управления, анализа и совместного использования данных. Преобразованный	Платная	Microsoft Open License (Номер лицензии: 43364209), дата выдачи 17.01.2008 г., бессрочная

	<p>пользовательский интерфейс стал удобнее в использовании, а новые графические средства позволяют легко создавать великолепно выглядящие и впечатляющие документы. Простой поиск, упорядочение, анализ и использование всей информации, необходимой для достижения поставленных целей.</p>		
Windows 7 Корпоративная	Операционная система	Платная	<p>Договор 46388/ИРК3863 от 03.04.2014 (Права на программы для ЭВМ Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Обновляется один раз в 3 года</p>
3ds Max 2014, 2015, 2016		Бесплатная	<p>Академические лицензии бесплатные, ежегодно обновляемые : <a href="http://www.autodesk.com/education/free-software/3ds-max">http://www.autodesk.com/education/free-software/3ds-max</a></p>
Gimp	<p>GIMP — бесплатная, свободно распространяемая программа для создания, сборки и редактирования изображений (рисунков и фотографий). Программа поддерживает растровую графику и частично векторную.</p>	Бесплатная	<p>бесплатные, ежегодно обновляемые, режим доступа: <a href="https://www.gimp.org/about/">https://www.gimp.org/about/</a></p>
Office Standard 2007	В состав этого пакета входит программное обеспечение для работы с	Платная	<p>Г/К 0302100006211000012-0001147-01 от 11.04.2011, бессрочная лицензия</p>



	различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных и др.		
Консультант	Справочно-правовая система	Платная	Договор ГПД 435/13 от 26.12.2013, Договор 17/14/223ФЗ от 07.07.2014, Договор 74/14/223ФЗ от 01.12.2014, Договор 57/15/223ФЗ от 23.12.2015, Договор 04/17/223ФЗ от 06.02.2017(годовая лицензия)

## 12. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков базируется на оборудовании и материально-техническом оснащении профильных предприятий: редакций СМИ, органов государственной власти, органов местного самоуправления, негосударственных, общественных и коммерческих организаций, научных организаций, организаций, осуществляющих образовательную деятельность.

В случае прохождения практики на кафедре журналистики и рекламы университета программа практики обеспечивается следующей материально-технической базой:

Оборудование:

1. Видеомэгнитофон для ТВ-монтажа Sony - 1 шт.
2. DVD-рекордер Sony RDR-AT100 - 1 шт.
3. Компьютер для ТВ-монтажа DNS - 1 шт.
4. Персональный компьютер – 4 шт.
5. Видеомонитор G2 Technology - 1 шт.
6. Компактный P2 кард-ридер AJ-PCD2G - 1 шт.
7. Профессиональный камкордер AG-HPX250EN - 1 шт.
8. Штатив MANFROTTO 501HDV/546GBK - 1 шт.
9. Радиомикрофонная система Sennheiser EW- 100 ENG G3 - 2 шт.
10. Комплект студийного света 3300/DOOS DIM KIT - 2 шт.
11. Экран Хромакей (зеленый) Lastolite 5881 - 1 шт.
12. Комплект подвесных конструкций Double-T Kit - 1 шт.
13. Проектор Logocam Fresnel 2000P Halogen - 2 шт.

14. Тележка для штативов VINTEN PD114 - 1 шт.
15. Фотокамера для ТВ-съемки Canon EOS 60D - 1 шт.
16. Телевизионная камера Sony DSR-PD150P - 1 шт.
17. Телеэкран для просмотра ТВ-контента Philips 26PFL3404/60 - 1 шт.
18. Переносной экран – 1 шт.
19. Диктофон Olimpus VN-2100PS - 1 шт.
20. Мультимедиа проектор EPSON EB – 1 шт.
21. Ноутбук Samsung R 425 – 1 шт.
22. Принтер лазерный Canon LBP-3010 – 1 шт.

Мебель:

1. Стол компьютерный – 2
2. Стол для учебных занятий - 5
3. Стулья-20
4. Доска – 2
5. Сейф -1
6. Стол журнальный – 2
7. Шкаф со стеклом – 5
8. Шкаф для документов
9. Шкаф с глухими дверками – 2

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО/ФГОС СПО.

Автор Шагдарова Баярма Баторовна

Программа одобрена на заседании кафедры журналистики и рекламы

От 01.09.2016 года, протокол № 1.