

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**

**Производственная практика**

по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

(Рекламно-информационная)

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, также закрепление и углубление теоретической подготовки для овладения профессиональными умениями и опытом рекламно-информационной деятельности. Производственная (рекламно-информационная) 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**

1.Углубление способности осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью .

2.Развитие знаний и навыков работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

3.Овладение практическими умениями и опытом подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые, графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

## **3.Вид практики, способ и форма (формы) проведения практики**

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта (рекламно-информационная) 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.

Производственная практика проходит в университете либо в профильных организациях, расположенных на территории г. Улан-Удэ. Общая продолжительность учебной практики составляет 6 недель. 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, назначается руководитель 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 производственной 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 производственной практики по получению профессиональных умений и опыта студент должен:

**Знать:** профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью; способы и технологии создания рекламной продукции, включая текстовые, графические, рабочие и презентационные материалы.

**Уметь:** разбирается в профессиональных функциях в области рекламы и связей с общественностью, умеет осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью.

**Владеть:** навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью, создания и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

#### **Формируемые компетенции:**

-способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью (ОПК-2);

-способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

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

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта (рекламно-информационная) относится к Блоку Б2.П.1, она базируется на освоении таких дисциплин, как «Креативные стратегии и реклама», «Стилистика и литературное редактирование», «Теория и практика рекламы», «Копирайтинг», «Психология массовой коммуникации», «Социальная реклама». Основными требованиями к входным знаниям, умениям и навыкам обучающегося, приобретенным в результате освоения данных дисциплин являются знание основ института массовой коммуникации, роли и места рекламы в его развитии, механизмов взаимоотношений между субъектами, входящими в коммуникационную цепь, особенностей создания рекламных текстов и текстов в области связей с общественностью, системы функциональных стилей речи, норм русского языка и основ редактирования рекламного текста, 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 производственной 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:**

№ п/п	Наименование компетенции	Предшествующие разделы ОПОП	Последующие разделы ОПОП
1.	ОПК-1	1. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) (1-2 семестр)  2. История Рекламы (3 семестр)	-
2.	ОПК-2	1. Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-	1. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью (6-7 семестр)  2. Государственная

		исследовательской деятельности (2 семестр)	итоговая аттестация
3.	ПК-8	1. Креативные стратегии и реклама (2-3 семестр)	1. Интернет-реклама (5 семестр) 2. Выпуск аудиовизуальной продукции (6 семестр) 3. Дизайн и графические программы в рекламной деятельности (5-6 семестры)

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

Сроки производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (рекламно-информационная) установлены университетом, в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса она проходит в 4 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 «BMG»
5. Телекомпания «Мир-Бурятия»
6. Редакция газеты «Новая Бурятия»
7. Рекламное агентство «Перец»
8. Управление Федеральной антимонопольной службы по РБ
9. ОАО «Водоканал»

- 10.000 «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 9 зачетных единиц, 324 академических часа, 6 недель.

№ п/п	Разделы (этапы практики)	Виды работ, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный	<p>1.Организационное собрание 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,</p>	<p>устный опрос,</p> <p>письменный опрос,</p> <p>заполнение журнала о прохождении инструктажа по технике безопасности</p>

		<p>ее этапами, планируемыми результатами обучения при прохождении практики, требованиями к 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 производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, 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: 170 часов</p> <p>3.Выполнение индивидуальных заданий руководителя практики от университета:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-написать 4-5 рекламных текстов различной жанрово-стилистической формы;</li> <li>- изучить функции копирайтера</li> <li>- рассмотреть структуру организации – базы практики, организационно-</li> </ul>	<p>Дневник практики</p> <p>Отчет по практике</p> <p>Рекламные тексты</p> <p>Эссе</p>

		<p>правовые основы деятельности, особенности работы с клиентами и т.д.</p> <p>Всего на вид работы: 120 часов</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>	
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 направлений деятельности профильной организации – базы практики, анализ трудностей в работе над собственными материалами, оценка своих творческих удач и недостатков и т.д. К отчету должны быть приложены материалы, выполненные за время практики.</p> <p>2.Прохождение промежуточной аттестации по учебной практике.</p> <p>Всего на виды работ: 24 часа</p>	<p>Отчет, Дневник, характеристика от руководителя профильной организации, зачет с оценкой</p>

### 8.Формы отчетности по практике



Формами отчетности по производственной 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 на 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.**

<b>№ п/п</b>	<b>Компетенции</b>	<b>Показатели оценивания компетенции</b>	<b>Этап формирования</b>	<b>Уровень сформированности</b>	<b>Шкала оценивания</b>
<b>1.</b>	<b>ОПК-1: способность</b>				

<p>осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p> <p>ОПК-2:</p> <p>владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>способы создания рекламной функции,</p> <p>включая текстовые, графические, рабочие и презентационные материалы.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>разбирается в профессиональных функциях в области рекламы и связей с общественностью, умеет осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>Навыками работы в отделах связей с общественностью, создания и распространения рекламной</p>	4-й этап	Пороговый	60-69
			Базовый	70-84
			Высокий	85-100

		продукции, включая текстовые и и презентационные материалы			
--	--	---------------------------------------------------------------------	--	--	--

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

**Таблица 2.**

<b>№ п/ п</b>	<b>Контролируемы е разделы</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Этапы формирован ия</b>	<b>Оценочны е средства</b>	<b>количеств о</b>
1	Практический	ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.  ОПК-2: владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью  ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение	4 семестр	Дневник практики	1
				Отчет по практике	1
				Дневник практики	1
				Отчет по практике	1

2	Индивидуальное задание	<p>рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p> <p>ОПК-1: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p> <p>ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках</p>	4 семестр	<p>Рекламные тексты</p> <p>Презентация отчета</p>	<p>1</p> <p>1</p>
---	------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	---------------------------------------------------	-------------------

		традиционных и современных средств рекламы			
--	--	--------------------------------------------	--	--	--

### Оценочные средства

1. Дневник практики
2. Отчет по практике
3. Рекламная продукция (текстовые, текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы – 4-5 работ)
5. Презентация отчета.

Дневник практики оформляется согласно типового контрольного задания (Приложение 5).

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 6).

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 их работы.

Создание в ходе производственной практики рекламных продуктов (текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы) соотносится с индивидуальным заданием руководителя практики от университета.

**Рекламные тексты должны содержать:**

-когнитивные мотивы

-эмоциональные компоненты

**Рекламные тексты должны иметь:**

-информационный характер

-игровой характер.

**Критерии оценивания**

По итогам процедуры защиты производственной 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.Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» /Ф.И. Шарков, В.И. Гостенина; под ред. Ф.И. Шарова.—М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. 406 с.
- 2.Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов/К.А. Иванова.—СПб. И др.: Питер, 2010. 173 с.

**Б) Дополнительная литература**

- 1.Капран В.И. Психология и разработка рекламной продукции: учебное пособие для вузов/ В.И.Капран, О.В. Капран.—М.:Академия, 2008.
- 2.Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография/науч.ред.Т.Н. Колокольцева.—М.: Флинта, 2011. 296 с.

**В) Интернет-ресурсы**

- 11.Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
- 1.Электронные библиотечные системы «Руконт», «Лань», «Юрайт».
- 2.Научная электронная библиотека (<http://elibrary.ru>).
- 3.[www.nazaykin.ru](http://www.nazaykin.ru). Узнай о рекламе больше.

4. www.advi.ru. Рекламные идеи – электронный журнал для практиков рекламы и маркетинга.

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

**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 пользовательский интерфейс стал удобнее в использовании, а новые графические средства позволяют легко создавать великолепно выглядящие и впечатляющие	Платная	Microsoft Open License (Номер лицензии: 43364209), дата выдачи 17.01.2008 г., бессрочная



	документы. Простой поиск, упорядочение, анализ и использование всей информации, необходимой для достижения поставленных целей.		
Windows 7 Корпоративная	Операционная система	Платная	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
3ds Max 2014, 2015, 2016		Бесплат ная	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>
Gimp	GIMP — бесплатная, свободно распространяемая программа для создания, сборки и редактирования изображений (рисунков и фотографий). Программа поддерживает растровую графику и частично векторную.	Бесплат ная	бесплатные, ежегодно обновляемые, режим доступа: <a href="https://www.gimp.org/about/">https://www.gimp.org/about/</a>
Office Standard 2007	В состав этого пакета входит программное обеспечение для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных и др.	Платная	Г/К 0302100006211000012-0001147- 01 от 11.04.2011, бессрочная лицензия
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

## **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 Logosam 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 Olympus 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 01.09.2016года, протокол № 1.