

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт государственной службы и управления

Кафедра управления информационными процессами

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры управления
информационными процессами

Протокол от «04» сентября 2017 г.

№ 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФТД.1 Корпоративная журналистика

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

направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(код, наименование направления подготовки)

Деловая журналистика

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форм(ы) обучения)

2018

(год набора)

Москва, 2017 г.

Автор–составитель:

Ст. преподаватель кафедры
общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГСМ.Я. Плещицер
(Подпись) (Ф.И.О.)

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА для использования в учебном процессе кафедрой
деловой и политической журналистики

Протокол от «____» _____ 2015 г. № _____

Заведующий кафедрой
деловой и политической журналистики _____ А.А.Новиков-Ланской
(Подпись) (Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины.....	4
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).....	4
3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО.....	5
4. Объем дисциплины (модуля).....	6
5. Содержание и структура дисциплины (модуля).....	7
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	9
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	9
8. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).....	11
9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).....	12
9.1 Основная литература.....	12
9.2 Дополнительная литература.....	13
9.3. Нормативные правовые документы.....	13
9.4. Интернет-ресурсы, справочные системы.....	14
10. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины.....	14

1. Цель и задачи дисциплины

Основная цель образования по дисциплине **ФТД.1. «Корпоративная журналистика»**: получить представление об особенностях журналистской деятельности в корпоративном СМИ, освоить технологию подготовки, создания и коррекции журналистских текстов при оперативном сообщении фактов, используя литературные формы, распространенные в прессе.

Из цели курса вытекают задачи, реализация которых в ходе изучения дисциплины позволяет достигнуть поставленной цели.

Задачи курса:

- сформировать представление специфике корпоративной журналистики;
 - показать взаимосвязь между понятиями «корпорации» и «корпоративная журналистика»;
 - охарактеризовать функции корпоративных СМИ
 - охарактеризовать структуры современных корпоративных СМИ, особенности их создания и функционирования;
 - выработать представления об особенностях журналистского труда в корпоративных медийных образованиях.
 - определить зоны социальной ответственности корпоративных СМИ.
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Дисциплина «Корпоративная журналистика» в соответствии с ФГОС ВО направлена на формирование общекультурных, общепрофессиональных и специальных компетенций, соотношенных с компетентностной моделью выпускника по данной ОП ВО.

В таблице 1 представлены формируемые компетенции и планируемые результаты обучения: знания, умения и навыки.

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Таблица 1.

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модуля)
ОПК-12	способностью понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую, организаторскую), следовать базовым профессиональным стандартам журналистской работы	Знать: 3.1. - особенности массовой информации, задачи и методы, технологии и технику процесса создания журналистских корпоративных публикаций, понимать их содержательной и структурно-композиционной специфики; функции и структуры корпоративных СМИ; смысл категорий теории и практики корпоративной журналистики
		Уметь: У.1. - использовать полученные знания в коллективной и индивидуальной журналистской работе
		Владеть: Н.1. - различными методами сбора, анализа и обработки информации; навыками взаимодействия с другими участниками корпоративного медиапроизводства
ПК-1	способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа	Знать: 3.1. – принципы формирования актуальной для корпоративного СМИ информации, принципы работы с источниками информации и методов ее сбора, селекции, проверки и анализа, а также методов прецизионной (точной) журналистики
		Уметь: У.1. - понимать функциональные особенности собственного места в редакционном коллективе корпоративного СМИ

		Владеть: Н.1. - навыками творческого осмысления и интерпретации полученной по каналам СМИ информации
ПК-2	способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	Знать: З. 1. - базовые принципы создания авторского корпоративного медиапродукта Уметь: У.1. - использовать базовые отечественные и зарубежные профессиональные стандарты работы журналиста в корпоративном СМИ, в том числе распознавать разные уровни качества репортерского труда. Владеть: Н.1. - навыками создания материала массмедиа для корпоративного СМИ

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина ФТД 1 «Корпоративная журналистика» входит в число факультативных дисциплин вариативной части и изучается в 5 семестре в соответствии с учебным планом.

Данная дисциплина базируется на знаниях, навыках и умениях, полученных обучающимися в рамках таких дисциплин, как Б1.Б.1. «Философия», Б1.Б.16. «Психология журналистики», Б1.Б.14. «Экономика и менеджмент СМИ» Б1.Б.17. «Основы теории журналистики», Б1.Б.24. «Система СМИ», Б1.Б.11. «Правовые основы журналистики».

По дисциплине осуществляется текущий контроль в форме опроса и промежуточный контроль в форме зачета.

4. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, всего - 36 часов, аудиторных - 32 часа и самостоятельная работа - 4 часа.

Трудоемкость дисциплины в соответствии с учебными планами для очной формы обучения представлена в Таблице 2.

Объем дисциплины (модуля)

Таблица 2.

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины (модуля)								
		Всего	Семестр (курс *)							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Очная форма обучения										
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		32					32			
лекционного типа (Л)		16					16			
практического (семинарского) типа (ПЗ)		16					16			
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)			-	-	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		4					4			
Промежуточная аттестация	форма	Зачет					Зачет			
	час.									
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		36/ 1					36/1			

5. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Содержание дисциплины соотносится с планируемыми результатами обучения через задачи, формируемые компетенции и их компоненты (знания, умения, навыки), представлено в Таблице 3.

Таблица 3.

Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 1	Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.	Истоки понятия. Современная информационная деятельность и её главные параметры; сегментация целевой аудитории; скорость коммуникационного потока в 21 веке; работа в условиях новых медиа.	ОПК-12 ПК-1 ПК-2	31У1Н1 31У1Н1 31У1Н1
Тема 2	Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.	Понятие конвергенции: истоки явления и обозримое журналистское будущее. Новые технологии создания тематического контента.	ОПК-12 ПК-1 ПК-2	31У1Н1 31У1Н1 31У1Н1
Тема 3	Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.	Интернет как главный канал распространения информации. Основа деятельности PR-агентств.	ОПК-12 ПК-1 ПК-2	31У1Н1 31У1Н1 31У1Н1
Тема 4	Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока.	Создание положительного образа корпорации в условиях жесткой конкуренции (концепция информационного общества в её реальном воплощении).	ОПК-12 ПК-1 ПК-2	31У1Н1 31У1Н1 31У1Н1
Тема 5	Основные принципы креативного письма	Современные СМИ как система распространения типовой информации. Принципы формирования повестки дня. «Не можем молчать» или	ОПК-12 ПК-1	31У1Н1 31У1Н1

		«Уполномочены заявить» – этическая дилемма корпоративной журналистики.	ПК-2	31У1Н1
Тема 6	Теория повестки дня.	Системы взаимодействия со СМИ. Принципы сбора информации в различных СМИ; что интересует редакцию?	ОПК-12	31У1Н1
			ПК-1	31У1Н1
			ПК-2	31У1Н1
Тема 7	Устройство и принципы работы информационных служб.	«Отставание» печати. Как работает пресса? Размещение в прессе и собственные корпоративные проекты. Стенд-журнал, ежедневная газета, еженедельник, журналы (таблоид, глянец различных тематических типов), специальные проекты, печатная продукция малого формата (буклеты).	ОПК-12	31У1Н1
			ПК-1	31У1Н1
			ПК-2	31У1Н1
Тема 8	Работа с фотографией (подготовка фоторепортажа)	Секрет «неувядающего» радио. Радийные новости и подкасты. Аудитория, вещательный потенциал.	ОПК-12	31У1Н1
			ПК-1	31У1Н1
			ПК-2	31У1Н1
Тема 9	Корпоративная журналистика в печати.	Звук, видео и текст как смыслообразующие формы. Закончилась ли эра могущества ТВ? Телевидение в интернете. Частые медиахолдинги и государственные телеканалы: принципы информационной политики.	ОПК-12	31У1Н1
			ПК-1	31У1Н1
			ПК-2	31У1Н1
Тема 10	Корпоративная журналистика на радио.	Воздействие сети на формирование нового потребителя продукции СМИ. Системы организации «своего» потребителя.	ОПК-12	31У1Н1
			ПК-1	31У1Н1
			ПК-2	31У1Н1

--	--	--	--	--

В Таблице 4 раскрывается структура дисциплины с указанием количества академических часов и видов учебных занятий, а также формы текущего контроля и промежуточной аттестации.

Таблица 4.

Структура дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Всего	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						
			Л	ЛР	ПЗ	КСР			
Очная форма обучения									
Тема 1	Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.	6	2		2		2	О	
Тема 2	Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.	4			2		2	О	
Тема 3	Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.	2	2					О	
Тема 4	Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока.	4	2		2			О	
Тема 5	Основные принципы креативного письма	4	2		2			О	
Тема 6	Теория повестки дня.	4	2		2			О,	
Тема 7	Устройство и принципы работы информационных служб.	4	2		2			О	
Тема 8	Работа с фотографией (подготовка фоторепортажа)	4	2		2			О	
Тема 9	Корпоративная журналистика в печати.	2	2						
Тема 10	Корпоративная журналистика на радио.	2			2				
Промежуточная аттестация								зачет	
Всего:		36	16		16		4		

¹Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), реферат (Р), дискуссия (Д).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Трудоемкость самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Корпоративная журналистика» составляет 4 часов для очной формы.

Вопросы для самостоятельной подготовки, самопроверки к опросам, диспутам на занятиях лекционного, практического типов по темам (разделам) дисциплины:

1. Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.

Истоки понятия. Современная информационная деятельность и её главные параметры; сегментация целевой аудитории; скорость коммуникационного потока в 21 веке; работа в условиях новых медиа.

2. Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.

Понятие конвергенции: истоки явления и обозримое журналистское будущее. Новые технологии создания тематического контента.

3. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.

Интернет как главный канал распространения информации. Основа деятельности PR-агентств.

4. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока.

Создание положительного образа корпорации в условиях жесткой конкуренции (концепция информационного общества в её реальном воплощении).

5. Теория повестки дня.

Современные СМИ как система распространения типовой информации. Принципы формирования повестки дня. «Не можем молчать» или «Уполномочены заявить» – этическая дилемма корпоративной журналистики.

6. Устройство и принципы работы информационных служб.

Системы взаимодействия со СМИ. Принципы сбора информации в различных СМИ; что интересует редакцию?

7. Корпоративная журналистика в печати.

«Отставание» печати. Как работает пресса? Размещение в прессе и собственные корпоративные проекты. Стенд-журнал, ежедневная газета, еженедельник, журналы (таблoид, глянец различных тематических типов), специальные проекты, печатная продукция малого формата (буклеты).

8. Корпоративная журналистика на радио.

Секрет «неувядающего» радио. Радийные новости и подкасты. Аудитория, вещательный потенциал.

9. Корпоративная журналистика на ТВ.

Звук, видео и текст как смыслообразующие формы. Закончилась ли эра могущества ТВ? Телевидение в интернете. Частые медиахолдинги и государственные телеканалы: принципы информационной политики.

10. Интернет как корпоративное пространство.

Воздействие сети на формирование нового потребителя продукции СМИ. Системы организации «своего» потребителя.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающегося

Успешное освоение курса «Корпоративная журналистика» предполагает активное, творческое участие обучающихся во всех формах учебных занятий, определенных для данной дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебных материалов, интернет-ресурсов; выполнение домашних контрольных заданий, подготовка реферата, по одной из тем курса, подготовка доклада в форме устного сообщения по теме реферата.

Для успешного усвоения данной дисциплины обучающийся должен:

- Прослушать курс лекций по данной дисциплине
- Выполнить все задания, рассматриваемые на практических занятиях
- Выполнить все домашние задания, получаемые от преподавателя

Методические указания по подготовке к семинарским занятиям по дисциплине «Корпоративная журналистика»

Для успешного усвоения дисциплины «Корпоративная журналистика» обучающийся должен систематически готовиться к семинарским занятиям. Для этого необходимо:

1. Познакомиться с планом семинарского занятия;
2. Изучить соответствующие вопросы в конспекте лекций и раздаточном материале;
3. Ответить на вопросы, вынесенные на обсуждение;
4. Систематически выполнять задания преподавателя, предлагаемые для выполнения во внеаудиторное время.

В ходе семинарских занятий студенты под руководством преподавателя могут рассмотреть различные точки зрения специалистов по обсуждаемым проблемам. Продолжительность подготовки к семинарскому занятию должна составлять не менее того объема, что определено тематическим планированием в рабочей программе, то есть примерно 3-4 часа в неделю. Семинарские занятия по дисциплине «Корпоративная журналистика» могут проводиться в различных формах:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме семинарского занятия;
- письменные ответы на вопросы преподавателя;
- выполнение практических заданий в подгруппах
- групповое обсуждение той или иной проблемы под руководством и контролем преподавателя;
- заслушивания и обсуждение докладов;
- выполнение тестовых заданий;

Подготовка к семинарским занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Для

получения более глубоких знаний обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с источниками в Интернет (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

8. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Вопросы к зачету

1. Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.
2. Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.
3. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.
4. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока.
5. Теория повестки дня.
6. Устройство и принципы работы информационных служб.
7. Корпоративная журналистика в печати.
8. Корпоративная журналистика на радио.
9. Корпоративная журналистика на ТВ.
10. Интернет как корпоративное пространство.
11. Специализированное программное обеспечение (современные издательские системы) на службе у корпоративной журналистики.
12. Концепция инфотейнмента.
13. Блог как новая форма корпоративной журналистики. Непрофессиональные СМИ.
14. Анализ современного корпоративного СМИ как мультимедийной площадки.

Показатели, критерии и оценивание компетенций по этапам их формирования

В рамках балльно-рейтинговой системы на зачет отводится 20 баллов из 100-балльной рейтинговой оценки.

Показатели, критерии и оценивание компетенций, формируемых при освоении дисциплины по этапам их формирования приведены в Таблице 5.

Таблица 5.

Наименование темы (раздела)	Код компетенции	Код ЗУН	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
T.1 Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.	ОПК-12	31У1Н1	1. Теоретические знания	1.1. Студент доказал сформированность компетенций, предусмотренных ФГОС, владеет теоретическим материалом по теме.	«зачтено» 2-7
T.2 Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.				1.2. Большая часть теоретического материала не усвоена,	«не зачтено» 1
T.3 Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.				существенные затруднения в аргументации выводов.	

Т.4 Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока. Т.5 Основные принципы креативного письма Т.6 Теория повестки дня. Т.7 Устройство и принципы работы информационных служб. Т.8 Работа с фотографией (подготовка фоторепортажа) Т.9 Корпоративная журналистика в печати. Т.10 Корпоративная журналистика на радио.	ПК-2	31У1Н1	2. Сформированность умений и навыков	2.1. Умение связать теоретические знания с практикой. Способность применять нестандартные решения.	«зачтено» 2-7
			3. Коммуникационные навыки	2.2. Практические задания, задачи не выполняются	«не зачтено» 1
				3.1. Грамотно излагает материал, соблюдает нормы речи, ответ четкий и логически выстроен	«зачтено» 2-6
				3.2. Нормы речи отсутствуют, логическое построение изложения материала отсутствует	«не зачтено» 1

Методические материалы по процедуре оценивания

Методические материалы по процедуре оценивания

Выполнение всех заданий текущего контроля является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все эти задания, не допускаются к сдаче зачета.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 20% из 100% (или 20 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам зачета; 20% из 100% (или 20 баллов из 100) - вклад по результатам написания контрольной работы; 20% из 100% (или 20 баллов из 100) - вклад по результатам участия в практических занятиях и выполнения лабораторных работ; 20% из 100 (или 20 баллов из 100) - вклад по результатам тестирования.

Шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

обучающемуся выставляется оценка «не зачтено», если обучающийся набрал менее 50 баллов,

оценка «зачтено» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 100 баллов;

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся в дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

К сдаче зачета допускаются студенты, набравшие не менее 50 баллов по итогам текущей аттестации. Оценка промежуточной аттестации по дисциплине проставляется в приложение к диплому.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Крайний год указываемой литературы – 2010, нет иностранных источников

9.1 Основная литература

Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Спб, 2014.

Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные/Под ред. А.Г. Качкаевой. М., 2014.

Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики: учеб.пособие. М., 2014. 240 с.

9.2. Дополнительная литература Нет иностранных источников

1. Вартанова Е.Л., Вырковский А.В., Иваницкий В.Л., Makeenko М.И., Назайкин А.Н., Полуэхтова И.А Основы медиабизнеса. М., Аспект Пресс. 2014. // <http://www.iprbookshop.ru/8837.html>
2. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. Учеб. пособие. Гриф УМО. М.,Аспект-Пресс, 2015.
3. Балашов А.И., Имамов Т.Д., Купрещенко Н.П., Тertyshnyy С.А. Экономическая теория. М., ЮНИТИ-ДАНА. 2014. // <http://www.iprbookshop.ru/21012.html>
4. Фишер С. Экономика: Пер. с англ. – М, 2015.
5. Skitsko, Volodymyr. E-LOGISTICS AND M-LOGISTICS IN INFORMATION ECONOMY// *LogForum*. 2016, Vol. 12 Issue 1, p7-16. 10p.
6. Soroka, Stuart N., Stecula, Dominik A., Wlezien, Christopher. It's (Change in) the (Future) **Economy**, Stupid: Economic Indicators, the **Media**, and Public Opinion// *merican Journal of Political Science*. Feb2015, Vol. 59 Issue 2, p457-474. 18p. 7 Charts, 4 Graphs.
7. The International **Media** and the Political **Economy** of Publishing. 2015// https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/6980/librarytrendsv26i4c_opt.pdf?sequence=1

9.3. Интернет-ресурсы, справочные системы

1. www.stringer-agency
2. www.kommersant
3. <http://gov.stat/> - Проект «экономико-статистические материалы»
4. <http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp> - Универсальная информационная система «Россия»
5. <http://hist.msu.ru/Dynamics/index.html> - Электронный ресурс «Динамика экономического и социального развития России»
6. <http://worldbank.org/> Доклад Мирового банка об экономике России – 2014: Неопределенность экономической политики ограничивает горизонт роста. - № 32. Сентябрь 2014 г.

Сайты крупнейших консалтинговых фирм

1. Deloitte&Touche ЗАО Делойт и Туш СНГ <http://www.deloitte.com>
2. ЭрнстэндЯнгErnst&Young<http://www.ey.com/global/content.nsf/Russia/Home>
3. KPMG International (ЗАО «КПМГ») <http://www.kpmg.ru>
4. PricewaterhouseCoopers International Limited <http://www.pwc.com>

10. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Для обеспечения студентов по дисциплине Академия располагает следующей материально-технической базой:

- лекционными аудиториями (3066-6, 201-5, 129-5, залы 3,4,5,6, корп. 6) оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;

- аудиториями для проведения практических занятий, оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет, а также специализированным ситуационным центром для проведения практических занятий в форме круглого стола, ролевой игры и работы в малых группах;

- компьютерными классами с комплектом лицензионного программного обеспечения MicrosoftOffice, BusinessStudio.