

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по образовательной деятельности КФУ

 Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Реклама в аудиовизуальных средствах массовой информации

Направление подготовки: 42.03.04 - Телевидение

Профиль подготовки: Телевизионная журналистика

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): ассистент, б.с. Ханиев Б.Р. (кафедра телепроизводства и цифровых коммуникаций, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), BuRKhaniev@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- основные виды рекламной деятельности, формы и типы аудиовизуальной рекламы, их преимущества и недостатки

Должен уметь:

- использовать полученные знания в практической работе при организации рекламной деятельности.
- оценивать эффективность аудиовизуальной рекламы.

Должен владеть:

- различными методами оценки рекламной стратегии и контроля рекламной деятельности.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- способность и готовность применять полученные знания и навыки на практике.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.30 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.04 "Телевидение (Телевизионная журналистика)" и относится к обязательной части ОПОП ВО.

Осваивается на 3 курсе в 5 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 26 часа(ов), в том числе лекции - 10 часа(ов), практические занятия - 16 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 64 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 18 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 5 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Реклама и общество. Суть рекламной деятельности.	5	2	0	0	0	0	0	14
2.	Тема 2. Печатная реклама и ее характеристики	5	0	0	0	0	0	0	3

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Самостоятельная работа
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практические занятия, всего	Практические в эл. форме	Лабораторные работы, всего	Лабораторные в эл. форме	
3.	Тема 3. Рекламная деятельность на телевидении.	5	6	0	6	0	0	0	0
4.	Тема 4. Реклама в кино и на радио	5	0	0	6	0	0	0	0
5.	Тема 5. Наружная реклама и ее виды.	5	0	0	0	0	0	0	46
6.	Тема 6. Реклама в Интернете	5	2	0	4	0	0	0	0
7.	Тема 7. Организации рекламной деятельности.	5	0	0	0	0	0	0	1
	Итого		10	0	16	0	0	0	64

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Реклама и общество. Суть рекламной деятельности.

Суть рекламной деятельности. Понятие реклама в аудиовизуальных СМИ (узкое и широкое представление). Связь понятий промоушен, PR, реклама и их отличие. Понятия маркетинг и бренд и их связь с рекламной деятельностью. Сущность, цели и задачи рекламы. Функции рекламы. Классификация рекламы. Реклама в маркетинговых коммуникациях. Экспертная характеристика рекламы.

Тема 2. Печатная реклама и ее характеристики

Факторы рекламной компании на страницах газет и журналов.

Характеристики носителя и параметры оценки рекламы, преимущества и недостатки.

Печатная реклама - это печатно-полиграфические носители рекламы.

К ним относятся: листовка, буклет, проспект, каталог, прейскурант, афиша. Распространение печатной рекламы

Тема 3. Рекламная деятельность на телевидении.

Анализ аудитории и анализ телерекламы. Преимущества и недостатки телерекламы. Каналы распространения рекламы. Эффективность и стоимость телерекламы. формы телевизионного вещания:

Беспроводные общенациональные телевизионные каналы.

Комбинированные (беспроводные и кабельные) общенациональные телевизионные сети.

Кабельные и спутниковые телевизионные каналы.

Региональное (местное) телевидение.

Интерактивное телевидение.

Синдицированная доставка телевизионных программ.

Тема 4. Реклама в кино и на радио

Прямая и скрытая реклама. Характеристики рекламы в кино. Реклама на радио и ее виды. Характеристика рекламы на радио. Радиоаудитория. Эффективность и стоимость радиорекламы.

Рекламный ролик -- рекламный постановочный игровой фильм .

Рекламно-технический фильм.

Рекламная видеозапись-информация. слайд-фильмы

Тема 5. Наружная реклама и ее виды.

Световая реклама, рекламные щиты, электронные панели, мониторы в транспорте. Преимущества и недостатки наружной рекламы.

1. Биллборд или рекламный щит. 2. Сити-формат. 3. Сити-борд. 4. Суперсайт или суперборд. 5. Брандмауер . 6.

Панель-кронштейн . 7. Дорожный указатель. 8. Стелла . 9. Арка . 10. Перетяжка. рекламные экраны или медиафасады

Тема 6. Реклама в Интернете

Двухступенчатый характер рекламы. Основные рекламные носители в Интернете. Основные подходы электронной рекламы. Преимущества и недостатки рекламы в Интернете. 1 Другие виды продвижения в Интернете

1.1 С использованием электронной почты

1.2 Поисковая оптимизация (SEO)

1.3 Всплывающие (pop-up) окна и spyware

1.4 Просмотр рекламы за плату или подписка на рекламу

- 1.5 Электронная доска объявлений
- 1.6 Участие в рейтингах
- 1.7 Реклама в социальных медиа
- 2 Этические проблемы интернет-рекламы
 - 2.1 Со стороны владельцев сайтов
 - 2.2 Со стороны пользователей
- 3 Мошенничество в интернет-рекламе
- 4 Правовое регулирование
- 5 Рынок интернет-рекламы
 - 5.1 В России
- 6 Интернет-сервисы рекламы

Тема 7. Организации рекламной деятельности.

Участники рекламной деятельности.

Рекламная деятельность в организации.

Медиапланирование и рекламная деятельность.

Выбор средств распространения рекламы.

График рекламы. понятие, структура, разработка. 1. Исследования потребителей товара для определения целевых групп;

2. Данные по социально-демографическим свойствам аудиторий СМИ;

3. Данные по интересам и активности аудиторий СМИ;

4. Мониторинг (отслеживание) выхода рекламы.

Контроль рекламной деятельности.

Оценка эффективности рекламной деятельности.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;

- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модуля).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Индустрия рекламы. Теория и практика рекламной деятельности. - <http://adindustry.ru/television-advertising>

Наука о рекламе - <http://www.advertology.ru>

Телеад - <http://www.telead.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс). Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания кафедры. Студентам необходимо: перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы; на отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на портале или присланный на электронный почтовый ящик группы (таблицы, графики, схемы). Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции; перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях. Не оставляйте "белых пятен" в освоении материала.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию; до очередного практического занятия по рекомендованным литературным: источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия; при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты и материалы правоприменительной практики; теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе; в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения; в ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов; на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД; выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы.
экзамен	Для подготовки к экзамену рекомендуется выделять в материале проблемные вопросы, затрагиваемые преподавателем в лекции, и группировать информацию вокруг них. Желательно выделять в используемой литературе постановки вопросов, на которые разными авторам могут быть даны различные ответы. На основании постановки таких вопросов следует собирать аргументы в пользу различных вариантов решения поставленных проблем: - изучение и проработка теоретического материала (основная и дополнительная литература); - подготовка творческих заданий (текстов, монтажных листов); - участие в видеосъемке и монтаже телевизионных работ; - подготовка к коллоквиуму; - подготовка контрольных работ. При работе с терминами необходимо обращаться к словарям, в том числе доступным в Интернете, например на сайте http://dic.academic.ru .

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.04 "Телевидение" и профилю подготовки "Телевизионная журналистика".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.30 Реклама в аудиовизуальных средствах массовой
информации*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.04 - Телевидение

Профиль подготовки: Телевизионная журналистика

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Основная литература:

1. Медиа. Введение: учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям 'Связи с общественностью' (350400) и 'Реклама' (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. - 2-е изд. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - (Серия 'Зарубежный учебник') - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522> (дата обращения: 12.02.2024). - Режим доступа: по подписке.
2. Шпаковский В.О., Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - Москва: Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. - ISBN 978-5-9729-0202-6 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902026.html> (дата обращения: 12.02.2024). - Режим доступа : по подписке.
3. Щепилова, Г.Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация: монография/ Щепилова Г.Г. - Москва : Издательство МГУ, 2010. - 464 с. - ISBN 978-5-211-05799-9 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211057999.html> (дата обращения: 12.02.2024). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием : Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / М. Эйнштейн; Пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. - ISBN 978-5-9614-6243-2. - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961462432.html> (дата обращения: 12.02.2024). - Режим доступа : по подписке. .
2. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике: практическое пособие / Курушин В. Д. - Москва : ДМК Пресс, 2017. - 308 с. - ISBN 978-5-97060-553-0 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970605530.html> (дата обращения: 12.02.2024). - Режим доступа: по подписке.
3. Сергиенко, Е.А. Телевизионная реклама и дети: учебное пособие / Сергиенко Е.А., Таланова Н.Н., Лебедева Е.И. - Москва: Институт психологии РАН, 2013. - 184 с. (Фундаментальная психология на практике) - ISBN 978-5-9270-0265-8 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927002658.html> (дата обращения: 12.02.2024). - Режим доступа: по подписке.
4. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама : учебное пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 280 с. - ISBN 978-5-7567-0639-0 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706390.html> (дата обращения: 12.02.2024). - Режим доступа: по подписке.

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.30 Реклама в аудиовизуальных средствах массовой
информации

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая
перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.03.04 - Телевидение

Профиль подготовки: Телевизионная журналистика

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows