

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

Структурное подразделение «Рекламы и журналистики»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №6 от 05 февраля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

«УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ»

Направление: 42.03.02 Журналистика

Журналистика

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой электронной
подписью
Составитель программы: Другова Елена
Сергеевна
Дата подписания: 15.06.2025

Документ подписан простой электронной
подписью
Утвердил и согласовал: Вайрах Юлия
Викторовна
Дата подписания: 17.06.2025

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина «Управление общественным мнением» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ОПК-2.2	Понимает систему организации деятельности общественных и государственных институтов и принципы их работы для использования в своей профессиональной деятельности	Знать методы анализа общественного мнения для осуществления профессиональной деятельности, сущность технологического процесса Уметь использовать методы оценки эффективности управления общественным мнением в сложившейся профессиональной ситуации Владеть методами и техниками для участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации и обеспечения внутренней и внешней коммуникации в различных организациях
ОПК-4.1	Способен в своей деятельности учитывать социальные запросы и потребности	Знать основные понятия управления общественным мнением, специфику общественного мнения Уметь использовать социологические технологии в профессиональной деятельности организовывать исследования по изучению общественного мнения Владеть методиками исследования общественного мнения, организовать коммуникационные кампании в области связей с общественностью

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Управление общественным мнением» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Основы теории коммуникации», «Риторика»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Проектная деятельность», «Производственная практика: преддипломная практика», «Производственная практика: профессионально-творческая практика»

3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 4 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 3
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Аудиторные занятия, в том числе:	64	64
лекции	32	32
лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	32	32
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	44	44
Трудоемкость промежуточной аттестации	36	36
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Экзамен	Экзамен

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Семестр № 3

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)		№	Кол. Час.	
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Понятие о технологиях управления общественным мнением	1, 3	6			1	2			
2	История развития общественного мнения	2	3			2	3	1	20	Доклад
3	Первые попытки управления общественным мнением	4	3			3	3			Творческое задание
4	Желтая пресса									
5	Основные	5, 6	6			4	3			

	приемы и технологии создания новостной информации с высоким индексом новизны									
6	Новостной менеджмент как часть процесса управления общественным мнением					5, 6	6			
7	Современные технологии воздействия на массовое сознание и общественное мнение					7, 8	6	2	24	Творческое задание
8	Технологии управления общественным мнением в сфере политики	7, 9	6			9, 10	6			Доклад
9	Технологии управления общественным мнением в практике специалиста по PR	8, 10, 11	8			11	3			
	Промежуточная аттестация								36	Экзамен
	Всего		32				32		80	

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Семестр № 3

№	Тема	Краткое содержание
1	Понятие о технологиях управления общественным мнением	Понятие «технологии управления общественным мнением». «Нет, не оружием, не польскую помощью, а мнением народным!» Народное мнение как социальное явление в произведениях искусства. Объект и предмет дисциплины.
2	История развития общественного мнения	Общественное мнение в целом и общественное мнение различных слоев общества как объект информационного воздействия. Три основополагающих направления в воздействии информацией на общество.
3	Первые попытки управления общественным мнением	«Кодекс тиранов», принципат Августа, новгородское вече, европейский, азиатский и российский абсолютизм. «Парадокс Кондорсе». Возникновение и использование PR в конце 19 – начале 20 в. PR в современной экономике и

		политике.
4	Желтая пресса	Понятие «желтой прессы». «Желтая пресса» вчера, сегодня, завтра. Основные направления воздействия ЖП на массовое сознание. Приемы, усиливающие воздействие ЖП на массовое сознание. Слухи и пресса - взаимодействие.
5	Основные приемы и технологии создания новостной информации с высоким индексом новизны	Использование печати, радио и ТВ для воздания новостных поводов оказывающих воздействие на массовое сознание. «Нет новости - создайте её!»
6	Новостной менеджмент как часть процесса управления общественным мнением	Определение новости. Типы, критерии и структура новости. Структура новости. Этапы новостного менеджмента. Приемы новостного менеджмента в практике организации событий.
7	Современные технологии воздействия на массовое сознание и общественное мнение	Информационное общество – его минусы и плюсы. Перспективы развития современного информационного общества. Информирование в политике, экономике, культуре.
8	Технологии управления общественным мнением в сфере политики	«Казус Белли». Информационная война. Увеличение вовлеченности государства в практику организации событий, способных информационно воздействовать на общество.
9	Технологии управления общественным мнением в практике специалиста по PR	PR в современном обществе. Приемы и методы PR -работы основанные на технологиях управления общественным мнением. Закон Парето и его использование применительно к целям и задачам PR -работы в обществе.

4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

4.4 Перечень практических занятий

Семестр № 3

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
1	Исследование характеристик общественного мнения	2
2	Методики оценки эффективности медиакмпании	3
3	Создание имиджа бренда/личности	3
4	Информационное сопровождение кризисных ситуаций	3
5	Техника нейтрализации негативных отзывов	3
6	Принципы построения эффективного контента	3
7	Изучение психотехник убеждающего воздействия	3
8	Планирование и проведение пресс-конференции	3

9	Написание речи для публичной презентации	3
10	Создание и ведение аккаунта компании в соцсети	3
11	Участие в онлайн-дискуссии и реакция на критику	3

4.5 Самостоятельная работа

Семестр № 3

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Выполнение письменных творческих работ (писем, докладов, сообщений, ЭССЕ)	20
2	Подготовка к экзамену	24

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Дискуссии, Деловые игры, кейс-технологии

5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1.1 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по практическим работам (Управление общественным мнением). Направление подготовки 42.03.02 «Журналистика» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНИТУ, 2020.

5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по практическим самостоятельным работам (Управление общественным мнением). Направление подготовки 42.03.02 «Журналистика» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНИТУ, 2020.

6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля

6.1.1 семестр 3 | Доклад

Описание процедуры.

Во время обучения в вузе студент должен выполнять различные виды работ, одной из них является доклад. Он является самым первым самостоятельным опытом исследования для студента. После доклада следуют рефераты, курсовые, дипломные и магистерские работы. Определение доклада Доклад представляет собой научно-исследовательскую работу, автор которой раскрывает суть исследуемой темы, рассматривает ее со всех точек зрения и высказывает собственный взгляд на проблему. Доклад бывает двух видов – устный и письменный. Однако не зависимо от его вида, в докладе должны сочетаться три качества исследователя – умение провести анализ и преподнести результаты исследования, а также ответить на поставленные вопросы.

Чтобы написать полноценный и качественный доклад студент должен придерживаться

следующего плана работы: Прежде всего, необходимо подобрать и проанализировать источники по теме. Рекомендуется для работы использовать около 8-10 источников. Затем следует составить библиографию и приступить к обработке и систематизации материала, а также подготовке выводов и обобщений. Следующим этапом будет составление плана доклада и его написания. Завершающий шаг – публичное выступление.

При подготовке докладов-презентаций – исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой. Ориентированы на индивидуальное интеллектуальное и творческое развитие. Также выступает как одна из форм групповой работы по: - единой проблеме и одинаковым вопросам; - различным проблемам; - общей проблеме, но различным ее аспектам. Направлены на фиксацию, рецензирование, систематизацию, демонстрацию фактического материала и составление суждения с последующим обсуждением в группе. При анализе данных вопросов и при раскрытии их в эссе необходимо учитывать структуру эссе. Обозначить актуальность поставленной проблемы, ее значимость в настоящее время. Раскрыть основное содержание, приводя конкретные примеры российской и зарубежной рекламы. Сделать вывод.

Темы докладов:

Историко-культурные предпосылки становления теории общественного мнения.

Современные модели формирования и распространения общественного мнения.

Влияние современных масс-медиа на изменение структуры общественного сознания.

Технология публичных дебатов и их значение в развитии гражданского общества.

Медиатехнологии и массовое манипулирование сознанием населения.

Проблемы правдивого информирования и борьба с фейковой информацией.

Политические консультации и эффективность работы политконсультантов.

Кризисы репутации известных брендов и способы восстановления доверия потребителя.

Основы разработки PR-стратегий и эффективное продвижение продуктов и услуг.

Применение цифровых инструментов в современной практике пиара и маркетинга.

Репутационный капитал крупных корпораций и правила поддержания положительной репутации.

Тренды digital-коммуникаций и их влияние на формирование общественного мнения в эпоху интернета.

Критерии оценивания.

Система оценивания предназначена для комплексной проверки уровня овладения знаниями и умениями, продемонстрированными студентами в докладе. Ниже приведены критерии и балльная система оценки, соответствующие традиционной пятибалльной шкале.

Критерии оценивания:

Актуальность и научная ценность темы(0–10 баллов)Насколько правильно выбрана тема, насколько важна и интересна она в контексте дисциплины, представлена ли актуальность и научно-практическая значимость.

Логичность и структура изложения(0–10 баллов)Четкость структуры доклада, логичность повествования, наличие вступления, основного раздела и заключения.

Объём и глубина теоретического материала(0–10 баллов)Адекватность объёма и количества представленных теоретических положений, фактов и законов, а также глубина раскрытия темы.

Использованная литература и источники(0–10 баллов)Количество и качество использованных источников, соответствие современным научным публикациям и материалам специализированной литературы.

Практическая значимость и прикладные аспекты(0–10 баллов)Наличие выводов и предложений, основанных на анализе реальных рекламных кампаний, полезность полученных результатов для будущей профессиональной деятельности.

Наглядность и оформление(0–10 баллов)Внешнее оформление доклада, наглядность (таблицы, рисунки, схемы), грамотность изложения, адекватность выбранных визуальных средств.

Устное выступление и презентация(0–10 баллов)Умение выступать публично, владеть речью, удерживать внимание аудитории, использование презентационных средств.

Ответы на вопросы(0–10 баллов)Способность быстро и грамотно отвечать на вопросы, демонстрируя глубину знаний и готовность защищать свою позицию.

Суммарная оценка:

Общая сумма баллов по восьми критериям составляет максимум 80 баллов, где каждый критерий оценивается отдельно по 10-балльной шкале.

Затем суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

6.1.2 семестр 3 | Творческое задание

Описание процедуры.

Цель выполнения творческого задания состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления, подготовке студентов к самостоятельной научной деятельности, развитии и воспитании широко образованной, культурной, творческой, инициативной и предприимчивой личности. Выполнение творческих заданий позволяет студентам находить необычные решения для поставленных задач, структурировать информацию, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать психологические феномены соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Важнейшим условием развития творчества студентов является совместная с преподавателем исследовательская деятельность. Она возможна лишь тогда, когда решается задача, ответ на которую не знает ни студент, ни преподаватель. В этих условиях задача превращается из учебной в научную или прикладную проблему, что побуждает к творческой деятельности. Особое значение приобретают мотивы самореализации, социальные мотивы, мотивы соревнования и др., для актуализации этих мотивов и формирования внутренней мотивации особое значение имеет личностная включённость преподавателя в совместную деятельность со студентом.

Пример задания:

Разработка информационно-пропагандистской кампании

Цель задания: Создать концепцию информационно-пропагандистского проекта, направленного на достижение конкретной общественной цели.

Задача: Представьте себя руководителем отдела по связям с общественностью крупной некоммерческой организации. Ваша задача — разработать информационную кампанию, направленную на привлечение внимание широкой публики к определенной социально

значимой проблеме. Например, повышение осведомленности о важности раздельного сбора мусора, популяризацию здорового питания, борьбу с курением или пропаганду активного образа жизни.

Этапы выполнения задания:

Формулировка проблемы: Определите цель вашей пропагандистской кампании. Опишите проблему и сформулируйте чёткую задачу, которую должна решить ваша кампания.

Анализ целевых аудиторий: Исследуйте свою целевую аудиторию. Кто именно должен слышать ваше сообщение? Какие демографические, социальные и культурные особенности характеризуют вашу целевую группу?

Выбор каналов коммуникации: Выберите эффективные каналы доставки вашего послания до аудитории. Это могут быть телевидение, радио, печатные издания, интернет-ресурсы, социальные сети, уличная реклама и другие средства массовой информации.

Разработка креативных решений: Создайте яркий и запоминающийся слоган, девиз или лозунг, отражающий суть вашей идеи. Разработайте макеты рекламных материалов (постеров, видеороликов, баннеров), графически иллюстрирующих ваши идеи.

Оценка рисков и возражений: Проанализируйте потенциальные трудности и критические замечания, которые могут появиться в ходе реализации вашей кампании. Как планируете противостоять таким возражениям?

Создание бюджета и графика мероприятий: Представьте подробный бюджет вашей кампании и график запланированных мероприятий.

Подготовьте финальный отчет: Оформите ваш проект в виде отчета, включив в него описание целей, задач, целевых аудиторий, выбранных каналов коммуникации, творческих решений, риска и бюджета.

Критерии оценивания.

Критерии оценки:

Четкость формулировки проблем и целей.

Реалистичность выбора целевой аудитории.

Креативность и оригинальность предлагаемых решений.

Эффективность предложенных каналов коммуникации.

Умение анализировать и минимизировать риски.

Грамотность оформления конечного документа.

Это творческое задание помогает вам развивать навыки анализа, планирования, творчества и аргументации в рамках дисциплины «Управление общественным мнением». суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
ОПК-2.2	Понимает систему организации деятельности общественных и государственных институтов и принципы их работы для использования в своей профессиональной деятельности	Устный опрос
ОПК-4.1	Учитывает в своей деятельности социальные запросы и потребности	Устный опрос

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 3, Типовые оценочные средства для проведения экзамена по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Перечень теоретических вопросов и заданий для подготовки к экзамену выдается студентам за 1 месяц до промежуточной аттестации.

К экзамену допускаются студенты, полностью выполнившие учебную программу дисциплины (включая все практические работы).

Если студент имеет за зачет оценку «неудовлетворительно», то положительная итоговая оценка по предмету не выставляется.

Устный экзамен по дисциплине проводится в соответствии с государственными общеобразовательными стандартами. Экзамен проводится и использованием комплекта билетов. Количество билетов должно превышать количество учащихся в группе.

Экзаменационные билеты должны содержать два теоретических вопроса и задачу.

Расположив на столе экзаменационные билеты в произвольном порядке, преподаватель приглашает к столу учащегося. Выбрав билет, учащийся называет вслух его номер.

Преподаватель записывает номер билета в экзаменационную ведомость и выдает учащемуся проштампованный лист для подготовки ответа. Одновременно в аудитории готовится к ответу должны не более 5 человек. Время подготовки к ответу, в зависимости от сложности предмета 20-40 мин. Учащиеся приступают в работе над ответами на билеты. Задача преподавателя на этом этапе контролировать ситуацию. Учащиеся, нарушающие дисциплину (устраивающие переговоры, списывающие и т.д.) лишаются права сдавать экзамен.

1.Невербальные коммуникации в системе приемов воздействия на общественное мнение.

2 ФОГ-индекс как средство информационного воздействия на общественное мнение.

3 Современные приемы работы онлайн-журналистики.

4 Теория и практика ВТЛ-коммуникаций.

5 Изучение общественного мнения: цель, средство или инструмент для специалиста по ПР.

6 Основные подходы к определению информационного события, которые существуют в «Технологии управления общественным мнением».

7 Цели и задачи рекламных и ПР-мероприятий.

8 Основные характеристики целевой аудитории, которые необходимо учитывать при организации информационного потока, воздействующего на общественное

сознание.

9 Основные субъекты event-менеджмента.

10 Примеры эффективного воздействия на общественное мнение имевшее место в различные исторические периоды.

11 Культурные, музыкальные и спортивные мероприятия с точки зрения их воздействия на

массовое сознание.

12 Религиозные, политические и коммерческие мероприятия, цель которых изменение общественного мнения.

13 Информационная насыщенность текста и уровень его новизны.

14 Основные этапы организации рекламного и ПР-мероприятия, направленного на изменение общественно мнения.

15 Средства усиления новости, связанной с рекламным или ПР- мероприятием.

16 «Конец света» как одна из самых эффективных технологий управления общественным сознанием.

17 Специфика управления общественным мнением в сфере политики.

18 Специфика управления общественным мнением в сфере экономики.

19 Специфика управления общественным мнением в сфере культуры.

20 Стратегические и тактические цели изменения общественного мнения.

21 Организации и проведения брифинга.

22 Организации и проведения конференции для журналистов.

23 Организации и проведения выставки.

24 Организации и проведения VTL- мероприятий.

25 Охарактеризуйте особенности подготовки и проведения выставки за рубежом.

26 Современной онлайн-журналистики.

27 Использование «казуса Белли» для обработки общественного мнения.

28 Слухи, как средство изменения общественного мнения.

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительн о	Неудовлетворительно
знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные: <ul style="list-style-type: none">• студент свободно владеет научными понятиями;• студент способен к интеграции знаний по определенной	знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированно стью; раскрыто содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы: <ul style="list-style-type: none">• в ответе имеют место несущественные фактические	знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета: <ul style="list-style-type: none">• программные материал в основном излагается, но допущены фактические	обнаружено незнание студентом сущностной части материала дисциплины; <ul style="list-style-type: none">• допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно; На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена студент затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.

<p>теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</p> <ul style="list-style-type: none"> • логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; • ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью студента; • ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; • студент демонстрирует умение вести диалог и вступать в научную дискуссию. 	<p>ошибки, которые студент способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;</p> <ul style="list-style-type: none"> • недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; • недостаточно логично построено изложение вопроса; • ответ прозвучал недостаточно уверенно; • студент не смог показать способность к интеграции и адаптации знаний или теории и практики. 	<p>ошибки;</p> <ul style="list-style-type: none"> • ответ носит репродуктивный характер; • студент не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; • нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала; • у студента отсутствуют представления о межпредметных связях. 	
--	--	---	--

7 Основная учебная литература

1. Корконосенко С. Г. Основы журналистики : учеб. для вузов по направлению и специальности "Журналистика" / С. Г. Корконосенко, 2006. - 316.

2. Методические указания по самостоятельной работе по дисциплине "Правовые основы журналистики" [Электронный ресурс] : направление подготовки 42.03.02 "Журналистика": квалификация бакалавр: форма обучения заочная / Иркут. нац. исслед. техн. ун-т, Ин-т экономики, упр. и права, Каф. рекламы и журналистики, 2018. - 4.

8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Франц В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц, 2022. - 133.

2. Массовая информация и общественное мнение молодежи / В. Л. Оссовский [и др.]; отв. ред. В. Л. Оссовский, 1990. - 283.

3. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты : учеб. пособие / З. С. Смелкова, Л. В. Ассуирова, М. Р. Савова, О. А. Сальникова, 2002. - 318.

9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

10 Профессиональные базы данных

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем

1. Microsoft Windows Seven Professional [1x100] RUS (проведен апгрейд с Microsoft Windows Seven Starter [1x100]) - поставка 2010
2. Microsoft Office Standard 2010_RUS_ поставка 2010 от ООО "Азон"

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Мультиим.проектор ViewSonic PJ406D
2. ноутбук Samsung CEL M440 1.86/1024/120