

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»  
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ВШТЭ



## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.04**

Введение в коммуникационные специальности

Учебный план: \_\_\_\_\_ ФГОС3++b420301РЦС-1\_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки: \_\_\_\_\_  
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: \_\_\_\_\_  
(специализация) Реклама в цифровой среде

Уровень образования: \_\_\_\_\_  
бакалавриат

Форма обучения: \_\_\_\_\_  
очная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) |     | Контактная работа обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|-----|-------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
|                           |     | Лекции                        | Практ.<br>занятия |                |                   |                          |                                      |
| 1                         | УП  | 34                            | 34                | 76             | 36                | 5                        | Экзамен, Курсовая<br>работа          |
|                           | РПД | 34                            | 34                | 76             | 36                | 5                        |                                      |
| Итого                     | УП  | 34                            | 34                | 76             | 36                | 5                        |                                      |
|                           | РПД | 34                            | 34                | 76             | 36                | 5                        |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

старший преподаватель

Кислицына Анастасия  
Алексеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных  
коммуникаций

Лосева Ольга Сергеевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бескровная В.А.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций и основополагающих знаний о коммуникационной сфере, подготовка к пониманию и выбору профессионального пути в данной области.

**1.2 Задачи дисциплины:**

- Развить основные общепрофессиональные компетенции, необходимые для успешного старта в коммуникационной сфере.
- Предоставить базовые понятия и ознакомить с ключевыми аспектами коммуникационных профессий, их спецификой и значимостью.
- Определить спектр профессиональных направлений в коммуникационной сфере и помочь в формировании понимания собственных интересов и возможного карьерного пути.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</b> |
| <b>Знать:</b> специфику использования знаковых и медиа систем в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности                                                                                                 |
| <b>Уметь:</b> применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникации как сфере профессиональной деятельности в соответствии с нормами русского и иностранного языков                                    |
| <b>Владеть:</b> базовыми навыками анализа медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов                                                                                                                                              |
| <b>ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</b>                                                                                 |
| <b>Знать:</b> особенности современных технических средств и информационно-коммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности                                                                                      |
| <b>Уметь:</b> подбирать для профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно-коммуникационные технологии и платформы                                                                                               |
| <b>Владеть:</b> навыком создания и обработки систематизированной информации для использования в коммуникационной деятельности                                                                                                           |
| <b>ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</b>                                                                                                 |
| <b>Знать:</b> основные этические и правовые регуляторы, разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности               |
| <b>Уметь:</b> использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности                                                                                                     |
| <b>Владеть:</b> навыками планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности                                                                                                                 |

### 3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий                                                                                                                                                                                                                             | Семестр<br>(курс для<br>ЗАО) | Контактная<br>работа |               | СР<br>(часы) | Форма<br>текущего<br>контроля |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|----------------------|---------------|--------------|-------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                              | Лек.<br>(часы)       | Пр.<br>(часы) |              |                               |
| Раздел 1. Введение в специальность и выбор профессии в коммуникационной сфере                                                                                                                                                                                                         | 1                            |                      |               |              | Э,С                           |
| Тема 1. Социально-экономические и политическое причины возникновения и развития коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)                                                                                                                                                     |                              | 2                    | 2             | 6            |                               |
| Тема 2. Роль коммуникаций в современном обществе                                                                                                                                                                                                                                      |                              | 2                    | 2             | 6            |                               |
| Тема 3. Ключевые понятия коммуникационных наук и коммуникационной сферы: информация, коммуникация, массовая информация, медиа, медиасфера, медиапространство, публичность, медиакультура, медиаиндустрия, перспективы развития медиаиндустрии в условия цифровой трансформации среды. |                              | 4                    | 6             | 6            |                               |
| Раздел 2. Коммуникационные специальности                                                                                                                                                                                                                                              |                              |                      |               |              | С                             |
| Тема 4. Коммуникационные специальности в государственных структурах, в медиа и креативной индустриях.                                                                                                                                                                                 |                              | 4                    | 2             | 8            |                               |
| Тема 5. Коммуникационные специальности в структуре профессиональных стандартов. Мониторинг и анализ профессиональных стандартов. Профессиональные требования к специалистам коммуникационных специальностей.                                                                          |                              | 4                    | 6             | 8            |                               |
| Тема 6. Мониторинг популярных специальностей в сфере коммуникаций и смежных отраслях. Выявление и отслеживание трендов, анализ сервисов по подбору вакансий. тенденции развития профессий                                                                                             |                              | 4                    | 6             | 8            |                               |
| Раздел 3. Современное состояние коммуникационной отрасли                                                                                                                                                                                                                              |                              |                      |               |              | С,Т                           |
| Тема 7. Коммуникационное агентство. Мониторинг и анализ деятельности профессиональных коммуникационных агентств.                                                                                                                                                                      |                              | 4                    | 2             | 10           |                               |

|                                                                                                                                                                                                                                 |  |      |    |       |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------|----|-------|--|
| Тема 8. Профессиональные сообщества и ассоциации в сфере коммуникаций, их мониторинг и анализ. Индустриальные мероприятия в коммуникационной сфере (рекламы и PR). Выставки, фестивали, конкурсы, премии, международные форумы. |  | 4    | 2  | 12    |  |
| Тема 9. Мониторинг и анализ профессиональных информационных ресурсов по рекламе и PR. журналы, справочники, порталы и сайты. Составление глоссария специалиста по коммуникациям.                                                |  | 4    | 4  | 10    |  |
| Тема 10. Составление глоссария ключевых понятий для специалиста по коммуникациям                                                                                                                                                |  | 2    | 2  | 2     |  |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)                                                                                                                                                                                             |  | 34   | 34 | 76    |  |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен, Курсовая работа)                                                                                                                                                              |  | 2,5  |    | 33,5  |  |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>                                                                                                                                                                               |  | 70,5 |    | 109,5 |  |

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

**4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта):** Цель курсовой работы - определить наиболее подходящую коммуникационную специальность для дальнейшего развития студента, исходя из анализа рынка труда, личных предпочтений и сравнительного изучения основных профессиональных требований.

Задачи:

1. Провести анализ основных коммуникационных специальностей, включая их характеристики и обязанности.
2. Оценить текущее состояние рынка труда в области коммуникаций и определить требования к специалистам.
3. Изучить перспективы развития каждой специальности и выявить основные факторы, влияющие на их актуальность.
4. Проанализировать собственные навыки и интересы студента и сопоставить их с требованиями каждой специальности.
5. Сделать обоснованный выбор предпочтительной коммуникационной специальности и разработать план развития навыков для успешной карьеры.

**4.2 Тематика курсовой работы (проекта):** "Анализ и сравнительная оценка основных коммуникационных специальностей в современной профессиональной среде"

Задание:

Проведите обзор основных коммуникационных специальностей, включая PR, рекламу, журналистику, маркетинг и связи с общественностью.

Сравните их ключевые аспекты, включая требуемые навыки, обязанности, перспективы карьерного роста и тенденции развития.

Проанализируйте актуальность каждой специальности в контексте современных вызовов и требований рынка труда, а также подбора навыков, необходимых для успешной карьеры в выбранной области.

Сделайте выводы о предпочтительной специальности для карьерного развития в области коммуникаций, обосновав свой выбор и указав необходимые навыки для успешной практики.

**4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):**

Представление результатов должно включать в себя:

Написание курсовой работы в соответствии с требованиями, предъявляемым к курсовым работам.

Презентация проекта с использованием визуальных материалов (например, слайды PowerPoint).

Защита проекта перед преподавателем и аудиторией.

#### 5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

#### 6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

## 6.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-1           | характеризует специфику использования знаковых и медиа системы коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности. применяет базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков. анализирует медиатексты, медиа и коммуникационные продукты                                                                           |
| ОПК-6           | описывает особенности современных технических средств и информационно-коммуникационные технологии, используемые в профессиональной сфере. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно-коммуникационные технологии. создает и обрабатывает систематизированную информацию для использования в коммуникативной деятельности                                                                                        |
| ОПК-7           | описывает основные этические и правовые регуляторы, разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности. Использует социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Выявляет возможные эффекты планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности |

## 6.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания           | Критерии оценивания сформированности компетенций                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            | Устное собеседование                                                                                                                                                                                                                                                                | Письменная работа                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 5 (отлично)                | Дает полный и исчерпывающий ответ, демонстрирует глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.                                                                                                                | Работа выполнена в полном соответствии с требованиями, материал обширный и глубоко проработан. Структура логична, оформление соответствует стандартам. Студент демонстрирует полное понимание темы, уверенно отвечает на вопросы преподавателя, аргументированно защищает свои выводы |
| 4 (хорошо)                 | Ответ полный, стандартный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. В целом ответ демонстрирует качественные знания, основанные на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.            | Работа соответствует основным требованиям, материал раскрыт достаточно полно, но есть незначительные недочеты в содержании или оформлении. Студент в целом понимает тему, но при ответах на вопросы допускает небольшие неточности или испытывает затруднения в деталях               |
| 3 (удовлетворительно)      | Ответ демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. при понимании сущности предмета в целом-существенные ошибки в знаниях по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. | Работа выполнена с недочетами, не полностью соответствует требованиям, материал изложен поверхностно, анализ недостаточно глубокий. оформление имеет заметные недочеты. Студент слабо ориентируется в теме, затрудняется с ответами на вопросы, выводы слабо аргументированы.         |
| 2<br>(неудовлетворительно) | Очевидно или непонимание заданного вопроса или неспособность ответить                                                                                                                                                                                                               | Работа не соответствует требованиям, материал не раскрыт, анализ отсутствует или некорректен. оформление не соответствует стандартам. Студент не понимает тему, не может ответить на базовые вопросы, защита работы не состоялась                                                     |

## 6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

### 6.3.1 Типовые контрольные вопросы

| № п/п     | Формулировки вопросов |
|-----------|-----------------------|
| Семестр 1 |                       |

|    |                                                                                                               |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Коммуникационные науки                                                                                        |
| 2  | Медиакультура и медиаиндустрия                                                                                |
| 3  | Медиа сфера и публичная сфера                                                                                 |
| 4  | Конвергенция в СМИ                                                                                            |
| 5  | Атрибуты медиа                                                                                                |
| 6  | Информация и коммуникация                                                                                     |
| 7  | Определение СМИ и их классификация                                                                            |
| 8  | Основные участники рекламной отрасли их функциональные отличия                                                |
| 9  | Саморегулирование в СМИ, рекламе и PR                                                                         |
| 10 | Профессиональные информационные ресурсы по рекламе и PR. Журналы, справочники, сайты                          |
| 11 | Профессии в сфере рекламы и PR                                                                                |
| 12 | Структура специальностей в сфере коммуникаций                                                                 |
| 13 | Индустриальные мероприятия в сфере рекламы и PR. Выставки, фестивали, конкурсы                                |
| 14 | Что такое PR?                                                                                                 |
| 15 | Признаки социальных коммуникаций                                                                              |
| 16 | Классификация коммуникаций                                                                                    |
| 17 | основные определения и понятия в сфере коммуникаций                                                           |
| 18 | Тенденции развития профессий в коммуникационной сфере                                                         |
| 19 | Цифровая трансформация публичной сферы                                                                        |
| 20 | Какие социально-экономические факторы способствовали развитию коммуникаций, включая рекламу и PR, в XIX веке? |
| 21 | Какие политические факторы оказали влияние на развитие коммуникаций, включая рекламу и PR, в XX веке?         |
| 22 | Какие факторы влияют на эволюцию коммуникаций, рекламы и PR в современном мире?                               |
| 23 | Медиаполитика и медиакратия                                                                                   |
| 24 | Целевая аудитория                                                                                             |
| 25 | Что такое медиа?                                                                                              |
| 26 | Российский Кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (РАСО, 2001 г.).  |
| 27 | Премии в области рекламы и PR. Международные форумы.                                                          |
| 28 | Объекты исследований коммуникаций по схеме Гарольда Лассуэлла.                                                |

### 6.3.2 Типовые тестовые задания

- Какие из перечисленных компетенций НЕ требуются для работы в сфере коммуникаций?
  - Умение анализировать данные и составлять отчеты.
  - Навыки ведения переговоров и управления конфликтами.
  - Знание основ программирования и создание веб-сайтов.
  - Владение навыками планирования и организации мероприятий.
- Какие из предложенных знаний и навыков НЕ являются важными для PR-специалиста?
  - Создание PR-кампаний и разработка стратегий продвижения.
  - Управление корпоративной культурой и внутренними коммуникациями.
  - Разработка алгоритмов и программирование.
  - Анализ данных и оценка эффективности коммуникационных стратегий.
- К основным направлениям PR-деятельности относятся (3 правильных ответа):
  - Событийный маркетинг
  - Все перечисленные
  - Антикризисные коммуникации
  - Паблсити
  - Позиционирование товаров
  - Политический консалтинг
  - Пропаганда
  - Медиарилейшнз
- Укажите факторы функционирования PR как социального института (4 верных ответа):
  - конкуренция
  - развитие коммуникаций
  - развитие маркетинга
  - влияние групп общественности на функционирование предприятия
  - демократия
  - развитие массмедиа
  - развитие цифровых технологий

5. Какие из перечисленных задач НЕ связаны с работой PR-специалиста?

- а) Создание рекламных баннеров и логотипов.
- б) Взаимодействие с журналистами и подготовка пресс-релизов.
- в) Управление контентом на социальных медиа платформах.
- г) Организация строительных работ и управление проектами.

6. Укажите, что входит в маркетинговый комплекс предприятия (6 правильных ответа):

- а. Изучение конкурентов
- б. Персональные продажи и прямой маркетинг
- в. Таргеттинг
- г. Стимулирование сбыта
- д. Интернет-маркетинг
- е. Интерактивный маркетинг
- ж. Паблик рилейшнз
- з. Реклама
- и. Событийный маркетинг

7. Укажите, что не является значением термина "коммуникация" (3 верных ответа):

- а. человеческое общение, контакты, связи между людьми
- б. связь, осуществляемая посредством технических устройств, средства сообщения
- в. любые сведения, принимаемые и передаваемые, сохраняемые различными источниками
- г. сбор, обработка и распространение информации с помощью медиа
- д. процесс передачи информации
- е. взаимодействие с "лидерами мнений"

8. Назовите главное отличие рекламы от PR:

- а) проводится через средства массовой информации;
- б) ориентирована на привлечение внимания потенциального потребителя услуг;
- в) имеет односторонний характер;
- г) направлена на реализацию товаров и услуг.

9. Художественно-проектная деятельность, направленная на создание визуальной программы или системы – это:

- а) графический дизайн
- б) граффити
- в) система айдентики
- г) брендинг.

### 6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Подберите и охарактеризуйте ряд письменных форм информирования СМИ о деятельности компании

2. Назовите цифровые инструменты коммуникационной сферы (схема ответа -название сервиса, ссылка, назначение, операция, описание)

3. Проведите исследование требований к профессионалам в различных сферах коммуникаций (например, PR, маркетинг, журналистика) с целью выявления ключевых навыков и компетенций.

4. Выберите одну из профессиональных сфер коммуникаций и проводят анализ трендов, основных игроков на рынке, типичных задач и вызовов, с которыми сталкиваются специалисты этой сферы.

5. Проведите интервью с профессионалами в сфере коммуникаций (например, PR-менеджерами, журналистами, маркетологами) для изучения их опыта работы, ключевых навыков и советов для начинающих специалистов.

6. Составьте портфолио, включающее в себя примеры своих работ (например, статьи, рекламные материалы, пресс-релизы), а также описание своих навыков, интересов и карьерных целей в области коммуникаций.

## 6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

### 6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☒ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

### 6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в устной форме. Обучающийся получает 1 вопрос и 1 практико-ориентированное задание. На подготовку ответа по билету, обучающемуся дается 20 минут. Во время сдачи экзамена обучающемуся не разрешается пользоваться словарями, справочниками и иными учебно-методическими и научными материалами по изученному курсу, а также интернетом. При ответе на билет обучающийся должен быть способен связно излагать (не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя. В итоговой оценке учитываются результаты всех этапов (вопрос, задание)

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1 Учебная литература

| Автор                                          | Заглавие                                                                                                                                                  | Издательство                          | Год издания | Ссылка                                                                                                                              |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>7.1.1 Основная учебная литература</b>       |                                                                                                                                                           |                                       |             |                                                                                                                                     |
| Бердников, И. П.,<br>Стрижова, А. Ф.           | PR-коммуникации                                                                                                                                           | Москва: Дашков и К, Ай<br>Пи Эр Медиа | 2021        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/99362.html">https://www.iprbooks.hop.ru/99362.html</a>                                         |
| Ромат Е., Сендеров Д.                          | Реклама: Учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. — (Серия «Учебник для вузов»)                                                           | Санкт-Петербург: Питер                | 2022        | <a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=379960">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=379960</a> |
| <b>7.1.2 Дополнительная учебная литература</b> |                                                                                                                                                           |                                       |             |                                                                                                                                     |
| Воеводина Е.В. сост.                           | Социология массовых коммуникаций: Практикум для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата) | Москва: Прометей                      | 2020        | <a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=367953">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=367953</a> |
| Шарков Ф. И.                                   | Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие. — 2-е изд., стер.                                                      | Москва: Дашков и К                    | 2020        | <a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=378592">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=378592</a> |

### 7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

### 7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional 2013

### 7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория            | Оснащение                                                     |
|----------------------|---------------------------------------------------------------|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |

|                   |                                                               |
|-------------------|---------------------------------------------------------------|
| Учебная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |
|-------------------|---------------------------------------------------------------|