

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

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е.Рудин

«30» июня 2020 года

## Программа практики

**Б2.О.01(У)** Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)

Учебный план: ФГОС3++\_2020-2021\_42.03.01\_ИБК\_3АО\_Бренд-менеджмент.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

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

Профиль подготовки: Бренд-менеджмент  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
2	УП	106,55	1,45	3	Зачет с оценкой
	ПП	106,55	1,45	3	
Итого	УП	106,55	1,45	3	
	ПП	106,55	1,45	3	

Санкт-Петербург  
2020

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

**1.1 Цель практики:** формирование у обучающихся компетенций в области применения теоретических знаний и первичных практических навыков в процессе профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

### 1.2 Задачи практики:

- ознакомление обучающихся с деятельностью отраслевых организаций /компаний/агентств в области коммуникаций; раскрыть сущность и охарактеризовать особенность организационной структуры, профессионально и отраслевой принадлежности коммуникационных предприятий и подразделений коммерческих и некоммерческих организаций;

- знакомство обучающихся со структурой рынка коммуникационных услуг и типами коммуникационных услуг;

- ознакомление обучающихся с особенностями профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на начальном этапе карьеры.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Русский язык и культура речи

История рекламы и связей с общественностью

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Введение в коммуникационные специальности

Информационно-коммуникационные технологии

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

<b>УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</b>
<b>Знать:</b> методы и инструменты работы с информацией и данными;
<b>Уметь:</b> применять методики и инструменты обработки различных данных; осуществлять критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения целей и задач профессиональной деятельности.
<b>Владеть:</b> навыками эффективной обработки больших объемов информации; навыками критического анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению задач профессиональной деятельности.
<b>УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</b>
<b>Знать:</b> основы правового и законодательного регулирования профессиональной деятельности; инструменты планирования и реализации проектной деятельности в решении профессиональных задач.
<b>Уметь:</b> формулировать цели и задачи профессиональной деятельности; определять инструменты и методы решения профессиональных задач.
<b>Владеть:</b> навыками проектирования решений профессиональных задач с учетом действующего законодательства.
<b>УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</b>
<b>Знать:</b> правила, нормы, особенности и технологии межличностной и групповой коммуникации.
<b>Уметь:</b> применять методы социального взаимодействия для реализации своей роли и коммуникаций внутри команды.
<b>Владеть:</b> навыками эффективного социального взаимодействия и работы в команде.
<b>УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</b>
<b>Знать:</b> правила и особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах.
<b>Уметь:</b> осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах.
<b>Владеть:</b> навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме в профессиональной сфере.
<b>УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</b>
<b>Знать:</b> особенности различных культур в социально-историческом, этическом и философском контексте, специфику межличностного взаимодействия в профессиональной среде.
<b>Уметь:</b> эффективно осуществлять межличностную коммуникацию с учетом разнообразия межкультурного взаимодействия.
<b>Владеть:</b> навыками восприятия и общения в условиях межкультурного разнообразия общества в профессиональной среде.

<b>УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>
<b>Знать:</b> принципы и инструменты самообразования, повышения профессиональной квалификации и профессионального роста
<b>Уметь:</b> эффективно управлять собственными интеллектуальными и материальными ресурсами.
<b>Владеть:</b> навыками самосовершенствования, саморазвития, повышения профессиональной квалификации, построение комплексной системы развития профессиональных умений и навыков с учетом требований профессиональной сферы.
<b>УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</b>
<b>Знать:</b> роль и значение активного и здорового образа жизни.
<b>Уметь:</b> применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья в целях обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
<b>Владеть:</b> навыками ведения активного и здорового образа жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
<b>УК-8: Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</b>
<b>Знать:</b> основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации.
<b>Уметь:</b> описать мероприятия по обеспечению безопасности производственной деятельности на предприятии.
<b>Владеть:</b> навыками использования методов и средств защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения.
<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> отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
<b>Уметь:</b> выявлять ключевые характеристики, а также достоинства и недостатки медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
<b>Владеть:</b> навыками работы с текстами рекламы и связей с общественностью и (или) иными коммуникационными продуктами различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.
<b>ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b>
<b>Знать:</b> систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в контексте профессиональной деятельности.
<b>Уметь:</b> анализировать систему общественных и государственных институтов на основе обработки актуальной медийной информации.
<b>Владеть:</b> навыками работы с медиа и коммуникационными продуктами в процессе освещения деятельности общественных и государственных систем.
<b>ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b>
<b>Знать:</b> основные источники получения научно-практической информации в сфере отечественной и мировой культуры.
<b>Уметь:</b> выделять культурные феномены, наиболее значимые для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов.
<b>Владеть:</b> способностью создавать коммуникационные и медиапродукты, используя потенциал отечественной и зарубежной культуры.
<b>ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</b>
<b>Знать:</b> совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
<b>Уметь:</b> выявлять политические, экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем, их соответствие правовым и этическим нормам.
<b>Владеть:</b> навыками изучения и анализа функционирования медиакоммуникационных систем в рамках профессиональной деятельности.

**ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности**

**Знать:** методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.

**Уметь:** анализировать эффекты медиа и коммуникационного продукта и оценивать его соответствие принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.

**Владеть:** навыками оценки и создания медиа и коммуникационного продукта в рамках правового и этического поля.

**3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)	
<b>Раздел 1. Организационная работа</b>			
Этап 1. Принципы, правила и методы организации работы специалиста по РиСО в различных отраслях. Должностные инструкции, правила техники безопасности, нормы социального взаимодействия. Изучение действующих в подразделениях нормативно-правовых актов по его функциональному предназначению, режиму работы, структуре данной организации.	2	30	
Этап 2. Организационная структура предприятия. Описание предприятия, сферы деятельности, структуры компании, нормативной документации. Исследования сегмента рынка, в котором функционирует предприятие, должностные инструкции специалистов по коммуникационным специальностям и особенность их работы в той или иной отрасли (по профилям или направлениям работы компании). Конкурентный анализ сферы деятельности предприятия. Описание целевой аудитории (с применением географических, демографических, психографических и поведенческих критериев сегментирования). SWOT-анализ.		26	
<b>Раздел 2. Коммуникационно-аналитическая работа</b>			
Этап 3. Создание презентации микроисследования. Выполнение индивидуальных заданий. Участие в лекториях по практике.		30	
Этап 4. Сбор и обобщение материалов, необходимых для подготовки отчетных документов о практике. Презентация отчета.		20,55	
Итого в семестре		106,55	
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		106,55	

**4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

#### 4.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 4.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
УК-1	Описывает специфику поиска, отбора и обработки различных видов информации; Характеризует различные методы работы с информацией в профессиональной деятельности; Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации в рамках решения профессиональных задач.
УК-2	Характеризует правовые и законодательные нормы своей профессиональной области; Отбирает наиболее эффективные методы решения профессиональных задач; Решает профессиональные задачи в рамках правового поля и действующего отраслевого и общего законодательства.
УК-3	Описывает особенности групповой и межличностной коммуникации; Характеризует и применяет методики эффективной межличностной коммуникации в командной и индивидуальной работе;
УК-4	Характеризует правила и особенности деловой коммуникации; Использует технологии эффективной коммуникации в деловом общении; Осуществляет релевантную деловую коммуникацию в профессиональной сфере.
УК-5	Описывает особенности межкультурного взаимодействия в профессиональной среде; Характеризует технологии и инструменты эффективного межкультурного взаимодействия; Осуществляет межличностную коммуникацию в профессиональной среде с учетом норм и правил межкультурного взаимодействия.
УК-6	Описывает технологии и инструменты интеллектуального развития в профессиональной области. Формируют и развивают собственные интеллектуальные и материальные ресурсы в рамках профессиональной деятельности; Эффективно и своевременно повышают собственную профессиональную квалификацию, развивают профессиональные умения и навыки.
УК-7	Описывает принципы и обосновывает необходимость здорового образа жизни для эффективной профессиональной деятельности; Организовывает социальную и профессиональную деятельность с учетом необходимости поддержания должного уровня физической подготовленности и укрепления здоровья; Ведет активный и здоровый образ жизни для обеспечения эффективной и полноценной профессиональной деятельности.
УК-8	Описывает основные правила и нормы организации безопасных условий жизнедеятельности; Характеризует методы и правила организации безопасной производственной деятельности; Выполняет требования правил обеспечения безопасных условий труда в различных условиях
ОПК-1	Характеризует принципы и методы создания различных медиапродуктов, с учетом разнообразия знаковых систем; Оценивает и анализирует различные медиатексты и медиапродукты; Создают в процессе профессиональной деятельности различные рекламные и PR тексты.
ОПК-2	Описывает принципы и механизмы функционирования государственных и общественных институтов; Анализирует информацию о деятельности государственных и общественных институтов; Создает и распространяет медиа и коммуникационный продукт о деятельности государственных и общественных институтов.
ОПК-3	Описывает ключевые источники информации в сфере культуры; Характеризует культурологические аспекты для создания рекламных и PR-текстов Создает коммуникационные и медиа продукты с использованием достижений отечественной и мировой культуры.
ОПК-5	Описывает многообразие факторов развития и функционирования медиакоммуникационных системы различного уровня. Характеризует механизмы функционирования и легитимность различных медиакоммуникационных систем. Изучает и анализирует медиакоммуникационные системы в профессиональной деятельности
ОПК-7	Описывает методики и инструменты оценки результатов профессиональной деятельности; Характеризует возможные эффекты и последствия создания и распространения медиа и коммуникационных продуктов как предмета профессиональной деятельности; Создает эффективный медиа и коммуникационный продукт, соответствующий поставленным целям, правовым и этическим нормам.

##### 4.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование
5 (отлично)	Обучающийся дает полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание вопроса и широкую эрудицию в оцениваемой области. Демонстрирует критический, оригинальный подход к поставленному вопросу. Понимание целей и

	задач практики.
4 (хорошо)	Ответ стандартный, качественный. Демонстрирует ориентирование в источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.
3 (удовлетворительно)	Ответ неполный, основанный только на учебных материалах, содержащий существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание важных терминов. Отсутствие связи с конкретной практической деятельностью.
2 (неудовлетворительно)	Непонимание заданного вопроса. Неспособность ответить на дополнительные вопросы. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств.

#### 4.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

##### 4.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 2	
1	Методы и инструменты работы с информацией и данными в профессиональной деятельности.
2	Специфика коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.
3	Достоинства и недостатки медиатекстов, и медиапродуктов, коммуникационных продуктов.
4	Критический анализ информации из открытых источников
5	Особенности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;
6	Методы и средства защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения.
7	Основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации.
8	Характеристики медиа и коммуникационных продуктов в рамках правового и этического поля.
9	Принципы социальной ответственности и нормы правового и этического регулирования.
10	Методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования.
11	Правила, методы и нормы устной и письменной деловой коммуникации в профессиональной сфере.
12	PEST – анализ – для определения влияющих на организацию факторов макросреды.
13	Анализ 5-ти конкурентных сил М. Портера – для анализа внешней микросреды организации.
14	SWOT- анализ – для выявления внутренних сильных и слабых сторон, внешних возможностей и угроз выбранной фирмы – потенциальной базы практики.
15	Провести анализ внешней и внутренней маркетинговой среды организации с использованием необходимых методов
16	Проанализировать фирменный стиль организации (логотип, фирменный знак, цветовая гамма, шрифт, слоган). Если нет, разработать и обосновать варианты.
17	Описать косвенных конкурентов (по одному из критериев: целевой аудитории, ценовому сегменту, ассортименту)
18	Описать прямых конкурентов (по целевой аудитории, ценовому сегменту, ассортименту);
19	Дайте характеристику основных нормативных документов, инструкций, положений, регламентирующими рекламную и PR-деятельность предприятия/организации/агентства, а также отдела (подразделения), которую вы посетили.
20	Проанализируйте и опишите коммуникационную деятельность организации/компании/агентства.
21	Дайте характеристику внешней и внутренней коммуникационной среды организации/компании/агентства.
22	Опишите опыт планирования и проведения рекламных и PR-кампаний, применяемых в практике данной организации.
23	Проанализируйте и опишите средства и методы, применяемые при планировании, подготовке и проведении социологических исследований в зависимости от сферы деятельности организации.
24	Укажите основные показатели оценки эффективности деятельности рекламных и PR-кампаний применяемых в практике данной организации.
25	Правовое и законодательное регулирование профессиональной деятельности.
26	Межличностные коммуникации в профессиональной деятельности.
27	Методики командообразования в профессиональной деятельности.
28	Особенности межкультурного диалога в профессиональной среде.

29	Национальные и культурные стереотипы в профессиональной деятельности.
30	Профессиональный портрет специалиста по рекламе и связям с общественностью. Требования к профессиональным умениям и навыкам специалиста в области РИСО.
31	Факторы совершенствования профессиональной деятельности специалиста. Траектории саморазвития.
32	Основы и принципы освещения деятельности государственных и общественных институтов в СМИ.
33	Культурологические аспекты создания коммуникационного и медиа продукта.
34	Социальная ответственность и особенности профессиональной деятельности специалиста по коммуникациям в чрезвычайных ситуациях.
35	Сущность и особенности функционирования медиакommunikационной системы региона.
36	Оценка эффективности медиа и коммуникационного продукта.
37	Правила и принципы организации труда специалиста по РИСО
38	Виды, жанры и функции рекламных и PR-текстов

#### 4.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

##### 4.3.1 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»

##### 4.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по практике

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

##### 4.3.3 Требования к оформлению отчётности по практике

Отчетность по прохождению учебной практики представляет собой презентацию письменного отчета по практике, ответа на устные вопросы руководителю практики на кафедре. Отчет должен быть оформлен в строгом соответствии с установленными образцами и шаблонами. Отчет должен включать в себя письменные комментарии студента по выполненным заданиям практики. Отчет должен носить аналитический характер, описывать практическую деятельность студента.

Оформить отчёт необходимо в виде аналитической записки: объем отчета о прохождении практики должен составлять не более 5-7 страниц (не включая формальные бланки) формата А4, набранных 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 интервала, поля стандартные левое – 3см, правое 1 см, верхнее и нижнее по 2 см.

##### 4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Каждому студенту дается список вопросов по практике. На подготовку к презентации отчета и ответу на вопросы дается 15 минут. Преподаватель задает один или несколько устных вопросов и переходит к оценке письменного отчета.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

### 5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>5.1.1 Основная учебная литература</b>				
Круталевиц, М. Г., Прытков, Р. М., Холодилина, Ю. Е., Бурдюгова, О. В.	Деловые коммуникации	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/61357.html">http://www.iprbookshop.ru/61357.html</a>
Ларионова И. А.	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Москва: Издательский Дом МИСиС	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/56554.html">http://www.iprbookshop.ru/56554.html</a>
Доброзракова, Г. А.	Современные теории массовой коммуникации	Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71884.html">http://www.iprbookshop.ru/71884.html</a>
Гузикова, М. О., Фофанова, П. Ю.	Основы теории межкультурной коммуникации	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/66569.html">http://www.iprbookshop.ru/66569.html</a>



Головлева, Е. Л.	Реклама как механизм социокультурных изменений	Москва: Московский гуманитарный университет	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/74739.html">http://www.iprbookshop.ru/74739.html</a>
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83123.html">http://www.iprbookshop.ru/83123.html</a>
<b>5.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Грачев А. С., Грачева С. А., Спирина Е. Г.	PR-служба компании	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75229.html">http://www.iprbookshop.ru/75229.html</a>
Горкина, М. Б.	Пять шагов от менеджера до PR-директора	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/82765.html">http://www.iprbookshop.ru/82765.html</a>
Старков А.Н.	Интернет-маркетинг и реклама	Москва: Флинта	2017	<a href="http://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=358777">http://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=358777</a>

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

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: [www.reklamaster.com](http://www.reklamaster.com)

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>

Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>

Рейтинговое издание [Электронный ресурс] <https://www.alladvertising.ru/spb/>

Инфраструктурная формация RUWARD [Электронный ресурс] <https://ruward.ru/group/>

## 5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

## 5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике

Аудитория	Оснащение
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-