

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

« 29 » июня 2021 года

Программа практики

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

Учебный план: ФГОС 3++_2021-2022_42.03.01_ИБК_ОО_МКСКИ_1-1-51.plx

Кафедра: **22** Истории и теории дизайна и медиакоммуникаций

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

Профиль подготовки: Маркетинговые коммуникации в сфере культуры и искусств
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр		Контактн	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Практ. занятия				
2	УП	34	72,55	1,45	3	Зачет с оценкой
	ПП	34	72,55	1,45	3	
Итого	УП	34	72,55	1,45	3	
	ПП	34	72,55	1,45	3	

Санкт-Петербург
2021

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 культурологии, Доцент

Судакова
Николаевна

Ольга

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: формирование у обучающихся универсальных и общекультурных компетенций в области маркетинговых коммуникаций

1.2 Задачи практики:

- знакомство обучающихся с культурными институциями и их маркетинговыми услугами;
- раскрыть содержание деятельности рекламных отделов / служб/ агентств в сфере культуры и искусства.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- История литературы и искусства
- История рекламы и связей с общественностью
- Информационно-коммуникационные технологии
- Основы маркетинга
- Всемирное культурное наследие
- Основы теории коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Знать: методы и инструменты работы с информацией и данными.
Уметь: применять методики и инструменты обработки различных данных; осуществлять критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения целей и задач профессиональной деятельности.
Владеть: навыками эффективной обработки больших объемов информации; навыками критического анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению задач профессиональной деятельности.
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
Знать: основы правового и законодательного регулирования профессиональной деятельности; инструменты планирования и реализации проектной деятельности в решении профессиональных задач.
Уметь: формулировать цели и задачи профессиональной деятельности; определять инструменты и методы решения профессиональных задач.
Владеть: навыками проектирования решений профессиональных задач с учетом действующего законодательства.
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Знать: правила, нормы, особенности и технологии межличностной и групповой коммуникации.
Уметь: применять методы социального взаимодействия для реализации своей роли и коммуникаций внутри команды.
Владеть: навыками эффективного социального взаимодействия и работы в команде.
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Знать: правила и особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах.
Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах.
Владеть: навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме в профессиональной сфере.
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Знать: особенности различных культур в социально-историческом, этическом и философском контексте, специфику межличностного взаимодействия в профессиональной среде.
Уметь: эффективно осуществлять межличностную коммуникацию с учетом разнообразия межкультурного взаимодействия.
Владеть: навыками восприятия и общения в условиях межкультурного разнообразия общества в профессиональной среде.
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Знать: принципы и инструменты самообразования, повышения профессиональной квалификации и профессионального роста.
Уметь: эффективно управлять собственными интеллектуальными и материальными ресурсами.
Владеть: навыками самосовершенствования, саморазвития, повышения профессиональной квалификации, построение комплексной системы развития профессиональных умений и навыков с учетом требований профессиональной сферы.

УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Знать: роль и значение активного и здорового образа жизни.
Уметь: применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья в целях обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
Владеть: навыками ведения активного и здорового образа жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Знать: основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации.
Уметь: описать мероприятия по обеспечению безопасности производственной деятельности на предприятии.
Владеть: навыками использования методов и средств защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения.
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Знать: специфику экономической деятельности предприятий/организаций в профессиональной сфере; особенности различных типов рынков и их влияние на деятельность предприятий; принципы расчета основных экономических показателей, характеризующих деятельность компании.
Уметь: собирать и анализировать информацию об экономической деятельности компаний в профессиональной сфере; проводить анализ ресурсов и их классификацию; применять экономические показатели для обоснования экономических решений.
Владеть: навыками исследования экономических процессов на рынке; навыками экономической оценки ресурсов в профессиональной сфере; навыками исследования процессов в профессиональной сфере с использованием экономических показателей.
УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
Знать: основные принципы и содержание антикоррупционного законодательства.
Уметь: применять антикоррупционное законодательство на практике, анализировать причины появления коррупционного поведения в обществе, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.
Владеть: основами антикоррупционной деятельности, навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.
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
Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
Уметь: выявлять ключевые характеристики, а также достоинства и недостатки медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
Владеть: навыками работы с текстами рекламы и связей с общественностью и (или) иными коммуникационными продуктами различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в контексте профессиональной деятельности.
Уметь: анализировать систему общественных и государственных институтов на основе обработки актуальной медийной информацию.
Владеть: навыками работы с медиа и коммуникационными продуктами в процессе освещения деятельности общественных и государственных систем.
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основные источники получения научно-практической информации в сфере отечественной и мировой культуры.
Уметь: выделять культурные феномены, наиболее значимые для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов.
Владеть: способностью создавать коммуникационные и медиапродукты, используя потенциал отечественной и зарубежной культуры.

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
Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
Уметь: выявлять политические, экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем, их соответствие правовым и этическим нормам.
Владеть: 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	Контактная работа	СР (часы)	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)		
Раздел 1. Введение в социально- правовые и экономико-культурные аспекты профессии	2			О
Этап 1. Вводный инструктаж по технике безопасности во время похождения практики.		2	4	
Этап 2. Составление индивидуального плана-графика учебной практики. Знакомство с формой отчёта по практики.		2	4	
Этап 3. Разработка и представление презентаций по темам: "Российское законодательство о рекламе", "Российское законодательство о культуре", "Российское законодательство об авторском праве"		2	4	
Этап 4. Знакомство с проектами и программами культурных институций "Здоровый образ жизни - успешная карьера" и анализ их информационно-культурного потенциала		2	4	
Этап 5. Анализ форм культурных контактов и межличностных коммуникаций в пространстве музея, галереи, театра, концертного зала и пр.		2	4	
Этап 6. Знакомство с типами экономической деятельности и экономическими показателями организаций культуры и искусства		2	4	
Этап 7. Анализ рекламной продукции мероприятий, направленных на пропаганду нетерпимого отношения к коррупции в российском обществе		2	4	
Раздел 2. Знакомство с рекламными отделами учреждений культуры и искусства				О,П,С

Этап 8. Знакомство с отделами / бюро / агентствами рекламы, занимающиеся маркетинговыми коммуникациями в учреждениях культуры и искусств. Анализ организационной структуры отдела / бюро / агентства, направление профессиональной деятельности каждого специалиста. SWOT-анализ целевой аудитории учреждения культуры и искусства	6	12	
Этап 9. Анализ материалов рекламной кампании 3 мероприятий (спектакль / концерт / выставочный проект), размещённых в СМИ и / или на интернет-сайтах (частота рекламной коммуникации, аудитория, отзывы о мероприятии)	6	12	
Этап 10. "Экскурсия как форма не прямой рекламы": индивидуальное задание. Подготовка текст экскурсии и по г. Санкт-Петербург и её проведение	2	8,55	
Этап 11. Подготовка отчёта по практике и других документов (отзыв руководителя практики, дневник практики). Проверка выполнения плана-графика практики, собеседование по разделам. Подготовка презентации к защите отчёта по практике.	6	12	
Итого в семестре	34	72,55	
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)	1,45		
Всего контактная работа и СР по дисциплине	35,45	72,55	

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	– раскрывает алгоритм работы с различными данными и информацией; - анализирует методику анализа и систематизации информации о профессиональной деятельности; - использует наиболее эффективные методики обработки больших объемов информации при решении задач в области маркетинговых коммуникаций.
УК-2	- характеризует правовые акты, регулирующих будущую профессиональную деятельность; - обобщает элементы профессионального инструментария, способствующих решению проектных задач; - выполняет поиск правовой информации в рамках создания профессионального проекта.
УК-3	- раскрывает содержание основных правил и технологий при межличностном и групповом общении; - анализирует коммуникационные методы взаимодействия в команде; - использует эффективные технологии работы в команде.
УК-4	- даёт характеристику основным требованиям в деловой коммуникации в устной и письменной формах; - делает выбор на практике правил деловой коммуникации в разных её формах; - представляет особенности деловых коммуникаций в профессиональной сфере.
УК-5	- раскрывает сущность культур контексте гуманитаристики и межличностного взаимодействия в профессиональной среде; - систематизирует разнообразие культурных контактов в процессе межличностной коммуникацию; - приводит результаты общения в профессиональной межкультурной среде.
УК-6	- называет алгоритм самообразования и профессиональной карьеры; - анализирует технологии управления личным интеллектом и материальным наследием; - представляет методики самосовершенствования и развития в профессиональной сфере.
УК-7	- воспроизводит положительные факторы здорового образа жизни; - оценивает практики сохранения и укрепления здоровья, способствующие раскрытию личностного профессионального потенциала;

	- представляет эффективность здорового образа жизни для общественной и деловой деятельности.
ОПК-2	- характеризует систему общественных и государственных институтов в контексте профессиональной деятельности; - оценивает возможности медийной информации при анализе общественных и государственных институтов; - представляет медиа и их коммуникационные продукты как технологии продвижения современных общественных и государственных систем.
ОПК-3	- объясняет содержание информации о культуре в научных и публицистических источниках; - оценивает эффективность культуросодержащих текстов рекламы и коммуникационных продуктов; - представляет культурологический потенциал коммуникационных и медиа- продуктов.
ОПК-5	- объясняет влияние различных факторов и норм на глобальные, национальные и региональные медиакоммуникационные системы; - анализирует легитимность политико-экономических и морально-правовых норм функционирования функционирования медиакоммуникационных систем; - приводит результаты медиакоммуникационных систем в контексте будущей профессии.
ОПК-7	- перечисляет инструментарий оценки результатов маркетинговой деятельности; - прогнозирует эффективность медиа и коммуникационного продукта сквозь призму принципов социальной ответственности и морально-правового регулятора; - представляет морально-правовые критерии оценки медиа и коммуникационного продукта.
УК-8	- характеризует техногенные риски на предприятии и правила действий в ситуации их возникновения; - обобщает действия, связанные с обеспечением безопасности деятельности на предприятии; - использует правила безопасности условий труда при чрезвычайных ситуациях.
ОПК-1	- характеризует особенности текстов и продуктов, реализуемых посредством медиасегментов и платформ; - систематизирует достоинства и недостатки текстов и продуктов медиасегментов и платформ; - использует технологии профессиональной деятельности при работе с текстами рекламы и (или) коммуникационными продуктами.
УК-9	- называет экономические принципы и типы экономической деятельности предприятий/организаций в профессиональной сфере; - систематизирует сведения об экономической деятельности учреждений культуры и искусства; - проводит исследование экономических показателей учреждений культуры и искусства.
УК-10	- объясняет основы антикоррупционных актов; - анализирует практику мероприятия, направленных на предотвращение коррупции в российском обществе. - предлагает последовательность действий в пропаганде нетерпимого отношения к коррупции средствами рекламы.

4.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование
5 (отлично)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчётные материалы полностью соответствуют программе практики и имеют практическую ценность; индивидуальное задание выполнено полностью и на высоком уровне; качество оформления отчёта и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчёта обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области, использовав презентацию.
4 (хорошо)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчётные материалы в целом соответствуют программе практики; индивидуальное задание в целом выполнено с несущественными ошибками; качество оформления отчёта и / или презентации имеют несущественные ошибки. В процессе защиты отчёта обучающийся дал стандартный ответ, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Недостаточная внеаудиторная самостоятельная работа под руководством руководителя практики от кафедры истории и теории дизайна и медиакоммуникаций.
3 (удовлетворительно)	Обучающийся нарушал сроки прохождения практики; отчётные материалы в целом соответствуют программе практики; индивидуальное задание выполнено с существенными ошибками, получен удовлетворительный отзыв от руководителя практики; качество оформления отчёта и / или презентации имеют многочисленные существенные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся продемонстрировал слабое понимание сущности практической деятельности, допустил существенные ошибки или пробелы в ответах сразу по нескольким разделам программы практики, незнание (путаницу) важных терминов.
2	Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; не смог

(неудовлетворительно)	справиться с индивидуальным заданием; отчётные материалы не соответствуют программе практики; получен неудовлетворительный отзыв от руководителя практики; отчёт к защите не представлен.
-----------------------	---

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
Семестр 2	
1	Специфика маркетинговых коммуникаций в сфере культуры и искусства.
2	Особенности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов учреждений культуры и искусства.
3	Характеристики медиа и коммуникационных продуктов учреждений культуры и искусства в рамках правового пространства.
4	Правила и нормы письменной деловой коммуникации в сфере культуры и искусства.
5	Достоинства и недостатки медиатекстов и медиапродуктов проектов сферы культуры и искусства.
6	SWOT-анализ, выявляющий внутренние сильные и слабые стороны, внешние возможности и угрозы отдела рекламы учреждения культуры и искусства.
7	Охарактеризуйте рекламную деятельность организации учреждения культуры и искусства (на выбор студента).
8	Дайте характеристику внешней и внутренней коммуникационной среды учреждения культуры и искусства (на выбор студента).
9	Опишите опыт проведения рекламных кампаний, применяемых учреждением культуры или искусства, с которым познакомились в ходе учебной практики.
10	Назовите виды и жанры рекламных текстов.
11	Охарактеризуйте последовательность процесса подготовки экскурсии.
12	Требования к маршруту экскурсии и пути следования экскурсионной группы.
13	Как Вы понимаете тезис: "Экскурсия как форма непрямой рекламы объектов культуры и искусства".
14	Опишите профессиональный портрет специалиста по маркетинговым коммуникациям в сфере культуры и искусства.
15	Перечислите особенности различных типов рынков и их влияние на деятельность учреждений культуры и искусства.
16	Дайте характеристику критериям экономической оценки ресурсов учреждений культуры и искусства.
17	Поясните содержание основных принципов антикоррупционного закона РФ.
18	Назовите мероприятия, проводимые учреждением культуры и искусства, формирующие обществе нетерпимого отношения к коррупции.
19	Приёмы противостояния вредным и опасным факторам окружающей среды различной природы (от техногенных до естественных)
20	Основные источники техногенных рисков в учреждении
21	Практики сохранения и укрепления здоровья, способствующие эффективной общественной и деловой деятельности
22	Алгоритм работы с большими объемами информации в области маркетинговых коммуникаций

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

Отчёт о прохождении практики обучающимся, согласно принятой в СПбГУПТД форме, включает в себя:

- титул,
- рабочий график (план) и индивидуальное задание,
- отзыв руководителя практики,
- приложения.

Отчёт по учебной практике заполняется обучающимся индивидуально, объём приложений составляет не более 10-12 страниц машинописного текста.

Срок предоставления отчётных документов и прохождения аттестации устанавливает выпускающая кафедра ИТДМ.

4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Аттестация проводится на выпускающей кафедре на основании анализа содержания отчёта по практике, собеседования, отзыва руководителя практики и оценки, выставленной обучающемуся на базе практики.

Процедура оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности) обучающегося, характеризующих этап(ы) формирования каждой компетенции (или её части) осуществляется в процессе аттестации по критериям оценивания сформированности компетенций.

По результатам аттестации оценку в ведомости проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры или заведующий выпускающей кафедрой.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Резер, Т. М.	Противодействие коррупции в социальной сфере	Екатеринбург: Издательство Уральского университета	2018	https://www.iprbooks.hop.ru/106503.html
Синяева, И. М., Маслова, В. М., Романенкова, О. Н., Синяев, В. В., Синяева, И. М.	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71238.html
Филиппова, Ю. Г.	Образы Петербурга как средоточия антиномичности российского бытия	Саратов: Саратовская государственная консерватория имени Л.В. Собинова	2018	http://www.iprbookshop.ru/87059.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Петрова, А. В., Корощенко, А. Д., Айзман, Р. И.	Охрана труда на производстве и в учебном процессе	Новосибирск: Сибирское университетское издательство	2017	https://www.iprbooks.hop.ru/65285.html
Абрамова С. В., Хиневич М. А.	Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020105

Стогов, И.	Ключи от Петербурга. От Гумилева до Гребенщикова за тысячу шагов: Путеводитель по петербургской культуре XX века	Санкт-Петербург: Пальмира	2018	http://www.iprbookshop.ru/85046.html
Чудосветова О. В.	Искусство и культура Санкт-Петербурга	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017344

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». URL: <http://window.edu.ru/>
2. Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. URL: www.reklamaster.com.
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>.
4. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>.

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
 Adobe Photoshop

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска