

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» 06 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.12** Модели креативных индустрий

Учебный план: z54.04.01\_21\_3АО Креативный дизайн и модная иллюстрация №2-3-82.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
(специальность) 54.04.01 Дизайн

Профиль подготовки: Креативный дизайн и модная иллюстрация  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоёмкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                      |                                      |
| 1                         | УП                               | 2                 | 34             |                   | 1                    |                                      |
|                           | РПД                              | 2                 | 34             |                   | 1                    |                                      |
| 2                         | УП                               | 4                 | 59             | 9                 | 2                    | Экзамен                              |
|                           | РПД                              | 4                 | 59             | 9                 | 2                    |                                      |
| Итого                     | УП                               | 2                 | 93             | 9                 | 3                    |                                      |
|                           | РПД                              | 2                 | 93             | 9                 | 3                    |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13.08.2020 г. № 1004

Составитель (и):

доктор экономических наук, Профессор

\_\_\_\_\_

Титова  
Николаевна

Марина

кандидат технических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Чигиринова  
Владимировна

Марина

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

\_\_\_\_\_

Титова Марина  
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Сафронова Ирина  
Николаевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области освоения теоретических и практических основ бизнес- моделирования для применения при создании собственного бизнеса в креативной сфере и обеспечения его максимальной эффективности на основе существующих и инновационных моделей.

### 1.2 Задачи дисциплины:

- Рассмотреть понятие и структуру бизнес-модели;
- раскрыть процессы и факторы, обуславливающие наиболее перспективные направления развития бизнес-моделирования;
- рассмотреть достижения и мировой опыт моделирования в креативной сфере;
- рассмотреть источники доступа к информации о состоянии факторов, определяющих характер выбираемой модели;
- продемонстрировать владение наработанным опытом в применении существующих бизнес-моделей в сфере креативных индустрий;
- раскрыть подходы к анализу эффективности применения модели;
- и другие

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Производственная практика (научно-исследовательская работа)

Дизайн костюма в индустрии моды

Информационные технологии в профессиональной сфере

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-1: Способен проводить предпроектные дизайнерские исследования в сфере дизайна костюма и модной иллюстрации.**

**Знать:** характеристики 4P,6P,8P маркетинга, концепцию эстетического восприятия и опыта, ограничения, драйверы, функциональный и нефункциональный спрос, сегменты потребителей, ключевые ресурсы креативных индустрий; сравнительные характеристики бизнес-моделей Йоргена Дальберга; Патрика Ван дер Пиля; Оливера Гассмана, Каролин Франкенбергер, Микаэлы Шик; Марка В.Джонсона, канвы бизнес-модели Александра Остервальдера, и Ива Пинье.

**Уметь:** проводить бенчмаркинг конкурентных преимуществ, формировать стратегическую конкурентную группу, проводить позиционирование по основным конкурентным преимуществам, оценивать жизненный цикл товара и спроса, заполнять канву бизнес-модели

**Владеть:** навыками определения уровня новизны предлагаемого продукта (товаров, работ, услуг); обоснованного выбора каналов продвижения; планирования структуры расходов, механизма ценообразования, источников и потоков выручки; таргетирования приоритетных видов деятельности и их бюджетирования

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий  | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|
|  |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |
| Раздел 1. Теоретические аспекты, перспективные направления и альтернативные подходы к исследованиям в бизнес-моделировании   | 1                         |                   |               |              |                              |
| Тема 1. Структура и понятие бизнес-модели. Альтернативные подходы к формированию ее структуры. Сравнительные характеристики бизнес-моделей Йоргена Дальберга; Патрика Ван дер Пиля; Оливера Гассмана, Каролин Франкенбергер, Микаэлы Шик; Марка В. |                           | 1                 |               | 26           | НИ                           |
| Тема 2. Стратегии использования существующих бизнес -моделей. Аргументы в пользу применения опробованных доказавших свою эффективность моделей. 55 лучших шаблонов моделей по О. Гассману.   |                           | 1                 |               | 8            | ИЛ                           |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)  |                           | 2                 |               | 34           |                              |

|   |   |            |             |     |
|---|---|------------|-------------|-----|
| Консультации и промежуточная аттестация - нет   |   | 0          |             |     |
| Раздел 2. Методы и инструменты исследования среды креативных индустрий  | 2 |            |             |     |
| Тема 3. Определение сегментов потребителей. Характеристики 4P,6P,8P маркетинга<br>Применение концепции эстетического восприятия и опыта. Анализ ключевых ресурсов креативных индустрий, ограничений, драйверов.   |   | 2          | 18          | ГД  |
| Тема 4. Анализ стратегической конкурентной группы.<br>Бенчмаркинг конкурентных преимуществ<br>Проведение позиционирования по основным конкурентным преимуществам,   |   | 1          | 25          | НИ  |
| Раздел 3. Проектирование бизнес-модели на основе выбора и развития шаблона  |   |            |             |     |
| Тема 5. Подходы к созданию ценности креативного бизнеса. Анализ возможных ресурсов и источников формирования доходов. Структура и конкретизация модели.<br>Примеры и опыт успеха бизнес-моделей в креативной сфере. Создание коммуникационных каналов и каналов товародвижения. |   | 1          | 16          | АС  |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   |   |            | 4           | 59  |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)   |   |            | 2,5         | 6,5 |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>   |   | <b>8,5</b> | <b>99,5</b> |     |

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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

##### 5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения   | Наименование оценочного средства  |
|-----------------|--|---|
| ПК-1            | <p>Характеризует структуру и понятие бизнес- модели, альтернативные подходы к формированию ее структуры, сравнительные характеристики бизнес- моделей Йоргена Дальберга; Патрика Ван дер Пиля; Оливера Гассмана, Каролин Франкенбергер, Микаэлы Шик; Марка</p> <p>Применяет методы стратегического анализа окружающей среды бизнеса, бенчмаркинг конкурентных преимуществ, проводит позиционирование по основным конкурентным преимуществам, оценивать жизненный цикл товара и спроса.</p> <p>Строит схему избранной модели, определяет уровень новизны предлагаемого продукта (товаров, работ, услуг); планирует структуру расходов, механизм ценообразования, источники и потоков выручки; .</p> | <p>Вопросы для устного собеседования</p> <p>Тесты</p> <p>Практико-ориентированные задания</p> |

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания        | Критерии оценивания сформированности компетенций  |                   |
|-------------------------|---|-------------------|
|                         | Устное собеседование  | Письменная работа |
| 5 (отлично)             | Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу  |                   |
| 4 (хорошо)              | Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки   |                   |
| 3 (удовлетворительно)   | <p>Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам.</p> <p>Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.</p> |                   |
| 2 (неудовлетворительно) | Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины.  |                   |
|                         | <p>Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).</p>   |                   |

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

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п  | Формулировки вопросов   |
|--------|---|
| Курс 2 |   |
| 1      | Понятие, структура бизнес-модели.   |
| 2      | Принципы бизнес-моделирования   |
| 3      | Системное мышление как основа бизнес-моделирования                                  |
| 4      | Системный анализ и системный подход в решении проблем в сфере креативных индустрий. |
| 5      | Классификация бизнес-моделей на современных рынках креативных индустрий.            |
| 6      | Инновационные бизнес-модели в сфере креативных индустрий.                           |
| 7      | Структурные блоки бизнес-модели   |
| 8      | Методы и инструменты исследования среды креативных индустрий                        |
| 9      | Бенчмаркинг как инструмент анализа конкурентных преимуществ.                        |
| 10     | Позиционирование по основным конкурентным преимуществам                             |
| 11     | Стартап: применение системного подхода  |

|    |   |
|----|---|
| 12 | Стартап: оптимальное решение; алгоритм улучшения бизнес-модели.   |
| 13 | Особенности моделирования креативной деятельности   |
| 14 | Преимущества бизнес-модели.   |
| 15 | Бизнес-модель: 55 лучших шаблонов   |
| 16 | Концепция ценностного предложения А. Остервальда.   |
| 17 | Сравнительные характеристики бизнес-моделей Йоргена Дальберга; Патрика Ван дер Пиля; Оливера Гассмана, Каролин Франкенбергер, Микаэлы Шик; Марка В. |
| 18 | Общая характеристика методов генерирования идей   |
| 19 | Метод мозгового штурма. Синектика   |
| 20 | Морфологический анализ. Метод фокальных объектов  |
| 21 | Применение «ТРИЗ». Методы и техники визуализации в бизнесе  |
| 22 | Проектирование бизнес-модели  |
| 23 | Структура и конкретизация модели.   |
| 24 | Примеры и опыт успеха бизнес-моделей в креативной сфере.  |
| 25 | Анализ возможных ресурсов и источников формирования доходов.  |
| 26 | Подходы к созданию ценности креативного бизнеса.  |
| 27 | Отправная точка для инноваций бизнес-моделей.   |
| 28 | Дизайнерский подход . 5 стадий дизайна (мобилизация, понимание, дизайн, применение, управление)   |
| 29 | Преобразование бизнес-моделей. Оптимизация моделей бизнеса.   |
| 30 | Типы и формы моделей. Проблемно-ориентированные имитационные модели.  |
| 31 | Применение имитационных моделей при осуществлении сложных проблем   |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Бизнес-модель компании — это:

- а) модель, описывающая денежные потоки компании;
- б) модель, характеризующая взаимоотношения предпринимателя с работниками, деловыми партнерами и покупателями;
- в) модель, описывающая то, как компания зарабатывает деньги, создавая ценность для внешних клиентов и обеспечивая стратегический контроль над цепочками создания стоимости

Основные компоненты бизнес-модели компании:

- а) производственные мощности и ресурсы, структура управления, ассортимент продукции, система сбыта;
- б) капитал, активы и обязательства, система распределения прибыли;

с) целевая клиентура компании и мотивация ее привлечения, предлагаемые ценности для внешних клиентов и система их создания, финансовая модель бизнеса.

Бизнес-анализ ориентирован на:

- а) обеспечение устойчивого развития компании при помощи управления ее изменениями;
- б) информационную поддержку системы управления операционной деятельностью компании;
- с) обеспечение интересов собственников и инвестиционной привлекательности компании.

Обеспечение условий устойчивого развития экономического субъекта предполагает:

- а) наличие достаточных финансовых ресурсов и финансовую устойчивость экономического субъекта;
- б) сбалансированное выполнение экономических, социальных и экологических требований ключевых стейкхолдеров;

с) высокий уровень конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Требования бизнеса характеризуют:

- а) требования собственников организации;
- б) сформулированные на высшем уровне управления цели, задачи и потребности организации в целом, применительно к конкретным условиям;

с) требования, зафиксированные в учредительном договоре и уставе организации.

Как вы понимаете соотношение бизнес-модели и стратегии компании:

- а) бизнес-модель является неотъемлемым элементом стратегии компании;
- б) стратегия компании разрабатывается на основе анализа ее бизнес- модели;
- с) бизнес-модель компании разрабатывается с целью обеспечения реализации ее принятой стратегии

Степень влияния стейкхолдера на компанию зависит от:

- а) организационно-правового статуса стейкхолдера;
- б) степени интереса и уровня власти стейкхолдера;
- с) финансовых возможностей стейкхолдера

С позиций какой группы стейкхолдеров коммерческой компании наиболее адекватно будет оцениваться эффективность ее бизнес-модели при помощи показателя соотношения темпов прироста экономической добавленной стоимости и темпов прироста активов:

- а) с позиций акционеров и инвесторов компании;
- б) позиций менеджмента компании;
- с) позиций кредиторов и страховщиков компании

Выберите, какой из перечисленных ниже вариантов может не являться ключевым участником бизнес-модели:

- а) страховщик;
- б) лизингодатель;
- в) лизингополучатель;
- г) поставщик

Выберите верное определение понятия «цепочка создания ценности»:

- а) последовательность действий, формирующих ценность для клиентов;
- б) совокупность элементов, с помощью которых осуществляется организация деятельности;
- в) описание процесса создания и реализации ценности для потребителя, определяющей стоимость товаров, услуг и работ (ТУР), а также денежные потоки и стоимость бизнеса;

г) заключение договора между производителем и поставщиком.

Выберите верное определение понятия «бизнес-модель»:

а) описание процесса создания и реализации ценности для потребителя, определяющей стоимость товаров, услуг и работ (ТУР), а также денежные потоки и стоимость бизнеса;

б) последовательность действий, формирующих ценность для клиентов;

в) совокупность элементов, с помощью которых осуществляется организация деятельности;

г) заключение договора между производителем и поставщиком.

Выберите, какой из перечисленных ниже вариантов относится к контрагентам:

- а) банк;
- б) бизнес-модель;
- в) система управления;
- г) цепочка создания ценностей.

Выберите, для какой модели характерна позиция, диаметрально противоположная позиции конкурентов:

- а) айкидо;
- б) факторинг;
- в) лизинг;
- г) краудсорсинг.

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

Кейс. Модель "Длинный хвост".

Интернет-магазин Amazon, основанный в 1994 г. можно по праву причислить к основоположникам шаблона «Длинный хвост». Согласно некоторым подсчетам, 40% прибыли Amazon поступает от продажи книг, которые не найти в продаже в традиционных книжных магазинах. Для Amazon этот «длинный хвост» нишевых продуктов не только ценный источник дохода, но и важный способ выделиться на фоне обычной книготорговли.

Компании-новаторы

Amazon Store (1995)  
eBay (1995)  
Netflix (1999)  
Apple iPod/iTunes (2003)  
YouTube (2005)  
LEGO (2005)  
Lulu.com (2006)  
Когда и как применять этот шаблон

Если вам приходится конкурировать со многими компаниями по множеству товарных позиций и вы можете удерживать свои издержки на поддержание массовости и дистрибуцию товаров ниже конкурентов, то шаблон «Длинный хвост» открывает перед вами прекрасные перспективы.

Идеально подходит интернет-магазинам и сервисам с предложением какого-либо ценного контента. Для этого шаблона бизнес-модели очень важна качественная система поиска, фильтрации и рекомендаций. Поможет вам и поведенческий анализ, возможно даже с применением ИИ.

Какими шаблонами хорошо дополняется

Массовая кастомизация  
Пользовательский проект  
Аффилирование  
Вопросы для размышления

Получат ли клиенты дополнительную стоимость, если мы будем поставлять им абсолютно все?

Лучше ли у нас получается управлять массовостью, чем у конкурентов?

Могут ли наши процессы и ИТ-системы работать с огромным множеством продуктов?

Можем ли мы справиться с такими внутренними процессами, как покупка, обработка заказа, логистика и ИТ?

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

#### 5.3.1 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»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в письменной форме по утвержденным вопросам, билет включает три вопроса. Время на подготовку студента - 40 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор   | Заглавие  | Издательство             | Год издания | Ссылка  |
|---|---|--------------------------|-------------|---|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>                            |   |                          |             |   |
| Деннис Шервуд, Окунькова И., Нарциссова Н.                          | Видеть лес за деревьями. Системный подход для совершенствования бизнес-модели | Москва: Альпина Паблишер | 2016        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/49290.html">http://www.iprbookshop.ru/49290.html</a> |
| Оливер, Каролин, Франкенбергер, Микаэла, Бакушева, Е. Гассман, Шик, | Бизнес-модели. 55 лучших шаблонов   | Москва: Альпина Паблишер | 2018        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/75067.html">http://www.iprbookshop.ru/75067.html</a> |



|  |  |  |      |   |
|--|--|--|------|---|
| Лукаш, Е. Н., Чахоян, В. А., Черемных, Ю. Н., Замков, О. О., Вурос, А. Д., Лазарев, И. А., Туманова, Е. А., Шагос, Н. Л., Грачева, М. В., Воркуев, Б. Л., Грачева, М. В., Черемных, Ю. Н., Туманова, Е. А. | Моделирование экономических процессов                                    | Москва: ЮНИТИ-ДАНА   | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/74952.html">http://www.iprbookshop.ru/74952.html</a>   |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>   |  |  |      |   |
| Умнова, Е. Г.  | Моделирование бизнес-процессов с применением нотации BPMN                | Саратов: Вузовское образование   | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/67840.html">http://www.iprbookshop.ru/67840.html</a>   |
| Салмина, Н. Ю.   | Имитационное моделирование   | Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент | 2015 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/70012.html">http://www.iprbookshop.ru/70012.html</a>   |
| Александров, Д. В.   | Моделирование и анализ бизнес-процессов                                  | Саратов: Ай Пи Эр Медиа  | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/61086.html">http://www.iprbookshop.ru/61086.html</a>   |
| Байдаков, А. Н., Звягинцева, О. С., Назаренко, А. В., Запорожец, Д. В., Бабкина, О. Н.   | Моделирование бизнес-процессов   | Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет                              | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/76036.html">http://www.iprbookshop.ru/76036.html</a>   |
| Назаренко, А. В., Запороец, Д. В., Звягинцева, О. С.   | Моделирование бизнес-процессов   | Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет                              | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/109394.html">http://www.iprbookshop.ru/109394.html</a>                                       |
| Олейникова, С. А.  | Моделирование  | Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ                        | 2020 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/111471.html">http://www.iprbookshop.ru/111471.html</a>                                       |
| Чигиринова М. В.   | Трендотчинг и бизнес-моделирование. Контрольная и самостоятельная работа | Санкт-Петербург: СПбГУПТД  | 2020 | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020496">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020496</a> |
| Лыгина, Н. И., Лауферман, О. В.  | Моделирование  | Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет                           | 2020 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/98717.html">http://www.iprbookshop.ru/98717.html</a>   |

## 6.2 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/>  
 Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>  
 Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.75.6](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6)  
 База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

ПП Project Expert 7 Tutorial

СПС КонсультантПлюс

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

| Аудитория            | Оснащение   |
|----------------------|---|
| Компьютерный класс   | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска   |