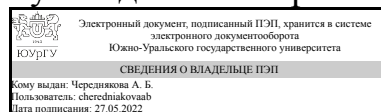


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



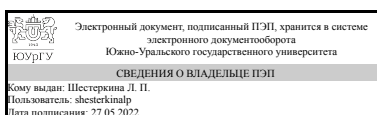
А. Б. Череднякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.07 Корпоративная культура
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

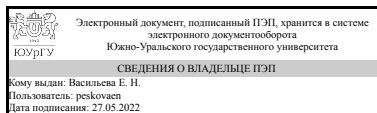
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.филол.н., доцент



Е. Н. Васильева

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - научить студентов планированию и реализации комплекса мероприятий по формированию или поддержанию корпоративной культуры компании, грамотному решению проблемных ситуаций, а также сформировать навык аналитической работы в данной области. Задачи: 1. Определить место корпоративной культуры в системе продвижения организации, выявить степень и уровни соотношения с другими составляющими. 2. Изучить основные понятия, функции, элементы, виды корпоративной культуры. 3. Рассмотреть основные инструменты формирования и поддержания корпоративной культуры. 4. Изучить особенности корпоративной культуры многонациональной организации.

Краткое содержание дисциплины

Изучение данного курса предполагает не только теоретическую подготовку студентов в вопросах структуры, функций корпоративной культуры, но и формирование у них практических умений и навыков по формированию, диагностике, совершенствованию и поддержанию корпоративной культуры на достойном уровне в организациях разного уровня и сфер деятельности.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает: Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации. Умеет: Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации. Имеет практический опыт: Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности.
ПК-5 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности. Умеет: Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.06 Имиджелогия	1.Ф.09 Практикум по видам профессиональной деятельности, 1.Ф.03 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.Ф.06 Имиджелогия	Знает: Основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности)., Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций. Умеет: Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий., Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Имеет практический опыт: В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне., Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 56,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0

Самостоятельная работа (СРС)	51,5	51,5
Решение кейсов	10	10
Подготовка электронных презентаций	8	8
Выполнение контрольных точек	20	20
Выполнение домашних заданий	11,5	11.5
Просмотр видеофильма	2	2
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основы корпоративной культуры	4	2	2	0
2	Особенности формирования и поддержания корпоративной культуры	36	10	26	0
3	Корпоративная культура и межкультурная коммуникация	8	4	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Теоретические основы изучения корпоративной культуры	2
2	2	Функции и элементы корпоративной культуры	2
3	2	Виды корпоративной культуры	2
4	2	Документы, регламентирующие деятельность специалиста в вопросах корпоративной культуры	2
5	2	Фирменный стиль как компонент корпоративной культуры	2
6	2	Корпоративное издание как компонент корпоративной культуры	2
7	3	Теории национального характера культур	2
8	3	Особенности корпоративной культуры многонациональной корпорации	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Корпоративная культура: подходы к определению термина, смежные понятия	2
2	2	Направленность корпоративной культуры, требования к компонентам ее структуры	2
3, 4	2	Корпоративный кодекс, корпоративный стандарт, регламент и т.д.: особенности составления, виды	4
5, 6	2	Элементы и виды корпоративной культуры	4
7	2	Элементы фирменного стиля, требования к их оформлению	2
8	2	Применение фирменного стиля в процессе формирования или поддержания корпоративной культуры	2
9	2	Сценарий специального мероприятия	2

10	2	Протоколно-этикетные выступления	2
11	2	Работа над корпоративным изданием: технологический цикл	2
12	2	Деловая игра	2
13, 14	2	Контент веб-сайта и корпоративная культура	4
15	3	Примеры компаний по классификациям национального характера культур	2
16	3	Анализ видеофильма, демонстрирующего особенности корпоративной культуры многонациональной корпорации	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС	
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс
Решение кейсов	1. Демин, Д. Корпоративная культура: 10 самых распространенных заблуждений / Д. Демин. – М.: Альпина Паблишер, 2010. – С. 51-58; 2. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов по специальностям экономики и упр. / В. М. Маслова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 46-61; 3. Все лекции; 4. Сами кейсы
Подготовка электронных презентаций	1. Пескова, Е.Н. Публичная презентация / Е.Н. Пескова // Студенческий PR-проект. - Челябинск: Центр ЮУрГУ, 2010. - С. 63-69; 2. Каптерев, А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир / А. Каптерев. - М.: Издательство "Манн, Иванов и Фербер, 2014. - С. 1-100
Выполнение контрольных точек	1. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов по специальности менеджмент / В. М. Маслова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 46-61; С. 23; 2. Минаева, Л.В. Внутренняя коммуникация с общественностью. Теория и практика: учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) «Менеджмент» / Л.В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2010. – С. 65-72; 3. Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме / В.Г. Зинченко. – М.: Издательство «ФЛИНТА», 2007. – С. 105-120; 4. Все лекции
Выполнение домашних заданий	1. Маслова, В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов по специальности менеджмент / В. М. Маслова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — С. 36-38; 2. Демин, Д. Корпоративная культура: 10 самых распространенных заблуждений / Д. Демин. – М.: Издательство "Альпина Паблишер", 2010. – С. 51-58; 3. Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме / В.Г. Зинченко. – М.: Издательство «ФЛИНТА», 2007. – С. 215-221; 4. Минаева, Л. В. Внутренняя коммуникация с общественностью. Теория и практика: учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) «Менеджмент» / Л. В. Минаева. - М. : Аспект Пресс, 2010. С. 20-25; 76-84; 84-92; 95-100; 101-105; 106-110; 111-115; 116-120; 121-125; 126-130; 131-135; 136-140; 141-145; 146-150; 151-155; 156-160; 161-165; 166-170; 171-175; 176-180; 181-185; 186-190; 191-195; 196-200; 201-205; 206-210; 211-215; 216-220; 221-225; 226-230; 231-235; 236-240; 241-245; 246-250; 251-255; 256-260; 261-265; 266-270; 271-275; 276-280; 281-285; 286-290; 291-295; 296-300; 301-305; 306-310; 311-315; 316-320; 321-325; 326-330; 331-335; 336-340; 341-345; 346-350; 351-355; 356-360; 361-365; 366-370; 371-375; 376-380; 381-385; 386-390; 391-395; 396-400; 401-405; 406-410; 411-415; 416-420; 421-425; 426-430; 431-435; 436-440; 441-445; 446-450; 451-455; 456-460; 461-465; 466-470; 471-475; 476-480; 481-485; 486-490; 491-495; 496-500; 501-505; 506-510; 511-515; 516-520; 521-525; 526-530; 531-535; 536-540; 541-545; 546-550; 551-555; 556-560; 561-565; 566-570; 571-575; 576-580; 581-585; 586-590; 591-595; 596-600; 601-605; 606-610; 611-615; 616-620; 621-625; 626-630; 631-635; 636-640; 641-645; 646-650; 651-655; 656-660; 661-665; 666-670; 671-675; 676-680; 681-685; 686-690; 691-695; 696-700; 701-705; 706-710; 711-715; 716-720; 721-725; 726-730; 731-735; 736-740; 741-745; 746-750; 751-755; 756-760; 761-765; 766-770; 771-775; 776-780; 781-785; 786-790; 791-795; 796-800; 801-805; 806-810; 811-815; 816-820; 821-825; 826-830; 831-835; 836-840; 841-845; 846-850; 851-855; 856-860; 861-865; 866-870; 871-875; 876-880; 881-885; 886-890; 891-895; 896-900; 901-905; 906-910; 911-915; 916-920; 921-925; 926-930; 931-935; 936-940; 941-945; 946-950; 951-955; 956-960; 961-965; 966-970; 971-975; 976-980; 981-985; 986-990; 991-995; 996-1000
Просмотр видеофильма	https://yandex.ru/video/preview/?text=страх%20и%20трепет%20фильм%20смотреть%20онлайн&reqid=1636045187007258-8551648566654819867-sas3-0973-1aa-sas-l7-balancer-8080-BAL-2046&wiz_type=vital&filmId=3817180196064641292

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	5	Текущий контроль	Задание 1. Анализ корпоративного кодекса	1	5	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Выявление достоинств документа Обоснованное выделение в документе недочетов, недоработок, ошибок Наличие/отсутствие приложений к кодексу Мнение о размещении документа на сайте компании Вывод по проведенному исследованию (о соответствии/несоответствии кодекса требованиям по его составлению, структуре, содержанию, качеству верстки, наличию элементов фирменного стиля, доступности для целевых групп) Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 3 балла.	экзамен
2	5	Текущий контроль	Задание 2. Примеры видов и элементов корпоративной культуры	2	7	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Аргументированность Правильность выбора типа корпоративной культуры Иллюстрации в ответе (в части, где дано описание элементов КК) Описание всех элементов КК Срок сдачи работы Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 4,2 балла.	экзамен
3	5	Текущий контроль	Задание 3. Анализ фирменного стиля	2	12	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Наличие элементов ФС Аргументированность Правильность Личное мнение о ФС компании и его носителях Развернутый вывод о соответствии ФС сфере деятельности компании, о системности использования элементов и качестве исполнения носителей Сроки сдачи Бонус (Представлено мнение о том, какие элементы и как нужно	экзамен

						доработать ИЛИ Представлено мнение о том, какая группа носителей не задействована и описан способ ее применения) Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 7,2 балла.	
4	5	Текущий контроль	Задание 4. Представление "гостя"	2	13	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Соответствие выступления заранее выданной структуре Предоставление слова «гостю» Свободное владение материалом Зрительный контакт с аудиторией и представляемым человеком Жестикуляция Мимика Соответствие выбранной студентом должности «гостя» его личным характеристикам, умениям и навыкам и т.д., отраженным в представлении Общее впечатление Оценка представления самим «гостем» Своевременность Бонус: Грамотное использование юмора Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 7,8 балла.	экзамен
5	5	Текущий контроль	Задание 5. Сценарий корпоративного мероприятия	2	7	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Соответствие сценария теме «Связки» между элементами сценария Простота исполнения Наличие всех компонентов задания (цель, структура сценария, критерии оценки эффективности) Правильность формулировок (цель, структура сценария, критерии оценки эффективности) Своевременность Общее впечатление Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 4,2 балла.	экзамен
6	5	Текущий контроль	Задание 6. Деловая игра "Корпоративное	3	12	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям:	экзамен

			издание"			Соответствие схеме анализа Аргументированность Правильность Развернутый вывод о соответствии ФС сфере деятельности компании, о системности использования элементов и качестве исполнения носителей Командная работа Распределение ролей в команде Терпимость в отношении к чужому мнению Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 7,2 балла.	
7	5	Текущий контроль	Задание 7. Материал для корпоративного сайта или группы в социальных сетях	3	7	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Соответствие содержания материала носителю Творческая идея Соответствие требованиям жанра Грамотность Своевременность Общее впечатление Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 4,2 балла.	экзамен
8	5	Текущий контроль	Задание 8. Эссе по фильму	2	10	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Структура эссе Аргументированность Личное мнение Развернутый вывод Сроки сдачи Бонус (Представлено мнение о том, какие из особенностей корпоративной культуры, обозначенные в фильме, не свойственны российской компании, и почему) Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 6 баллов.	экзамен
9	5	Текущий контроль	Итоговый тест	3	30	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность. Тест состоит из 30 вопросов. Правильный ответ = 1 балл. Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от	экзамен

						максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 18 баллов.	
10	5	Бонус	Бонус 1	-	7	Бонус за участие в профессиональном конкурсе	экзамен
11	5	Бонус	Бонус 2	-	2	Посещение всех занятий	экзамен
12	5	Бонус	Бонус 3	-	5	Активная работа на всех практических занятиях: участие в обсуждении темы, подготовка презентаций для устных ответов и др.)	экзамен
13	5	Промежуточная аттестация	Экзамен	-	5	На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Дисциплина "Корпоративная культура" содержит 9 контрольно-рейтинговых мероприятий (8 - Домашних заданий, 1 - тест) в рамках текущего контроля. Вклад заданий в рейтинг по дисциплине составляет 5% (1 КТ), 10% (5 КТ), 15% (3 КТ). Вес КРМ = 1 (1 КТ), 2 (5 КТ), 3 (3 КТ). Максимальный балл за все задания – 103. Для получения оценки «удовлетворительно» студенту нужно набрать не менее 61,8 балла (60%). Если студент набрал 59% и меньше, то ему предоставляется право сдавать экзамен в традиционной форме (устно по билетам). Билет содержит один вопрос. Критерии оценивания: Системность Полнота ответа Наличие примеров Ответ на наводящие и дополнительные вопросы по теме Владение терминологией по теме	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
------------------------------	----------------------	---------------------

экзамен	Промежуточная аттестация выставляется по результатам выполнения студентами всех заданий курса в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе: "неудовлетворительно" - 0 - 59% "удовлетворительно" - 60-74% "хорошо" - 75-84% "отлично" - 85-100%. Основные требования: Все задания текущего контроля должны быть выполнены. Выполнение заданий промежуточной аттестации не является обязательным (в соответствии с пунктом 2.6 Положения о БРС). Однако, если студент набрал 59% и меньше, то за ним сохраняется право сдавать экзамен в традиционной форме (устно по билетам). Общий максимальный балл за экзамен – 5. Билет содержит один вопрос. Критерии оценивания: Системность Полнота ответа Наличие примеров Ответ на наводящие и дополнительные вопросы по теме Владение терминологией по теме. Студент на традиционном экзамене должен набрать не меньше 3 баллов, что составляет 60% от максимального балла за промежуточную аттестацию. Бонус-рейтинг дает возможность студенту получить дополнительно 14%.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения
---------	---	---

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ПК-1	Знает: Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.			+		+	+	+	+	+		+		+
ПК-1	Умеет: Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации.		+				+	+	+			+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности.			+		+	+	+			+		+	+
ПК-5	Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.	+	+		+		+				+			+
ПК-5	Умеет: Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям	+			+		+					+	+	+
ПК-5	Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.					+	+	+			+		+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

1. Развитие потенциала сотрудников : Профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации Текст С. В. Иванова и др. - 2-е изд. - М.: Альпина Паблишерз, 2009. - 279 с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Человек и труд
2. Конкуренция и рынок
3. Управление персоналом
4. PR в России

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Соколова, Е.П. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Соколова, Е.П. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме https://e.lanbook.com/book/84378
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Демин, Д. Корпоративная культура: 10 самых распространенных заблуждений https://e.lanbook.com/book/95480#138
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Каптерев, А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир https://e.lanbook.com/book/62183
4	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Минаева, Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика https://e.lanbook.com/book/68859
5	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Колесников, А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов https://urait.ru/viewer/korporativnaya-kultura-470006#page/1
6	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Маслова, В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов https://urait.ru/viewer/upravlenie-personalom-468476

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Microsoft-Windows(бессрочно)

3. Microsoft-Office(бессрочно)
4. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Контроль самостоятельной работы	239 (1)	Мультимедийное оборудование для демонстрации электронных презентаций, схем и т.д., просмотра видео, выхода в сеть Интернет и др.
Практические занятия и семинары	239 (1)	Мультимедийное оборудование для демонстрации электронных презентаций, схем и т.д., просмотра видео, выхода в сеть Интернет и др.