

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
Журналистика

\_\_\_\_\_ Л. П. Шестеркина  
23.11.2017

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**практики**  
**к ОП ВО от 28.06.2017 №007-03-1566**

**Практика** Преддипломная практика  
**для направления** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
**Уровень** бакалавр **Тип программы** Академический бакалавриат  
**профиль подготовки** Реклама и связи с общественностью в новых медиа  
**форма обучения** очная  
**кафедра-разработчик** Журналистика и массовые коммуникации

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 11.08.2016 № 997

Зав.кафедрой разработчика,  
д.филол.н., доц.  
(ученая степень, ученое звание)

12.11.2017  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,  
к.пед.н., доц., доцент  
(ученая степень, ученое звание,  
должность)

12.11.2017  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

И. М. Баштанар

# **1. Общая характеристика**

## **Вид практики**

Производственная

## **Способ проведения**

Стационарная или выездная

## **Тип практики**

практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

## **Форма проведения**

Дискретная

## **Цель практики**

Цель производственной практики – закрепление у студентов практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью (PR), в том числе проведение исследований и/или разработка проекта в рамках выпускной квалификационной работы (ВКР)

## **Задачи практики**

- организационно-управленческая: участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- проектная: участие в проектировании программ и отдельных меро-приятий в области рекламы и связей с общественностью; подготовка проектной и сопутствующей документации;
- коммуникационная: участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;
- рекламно-информационная: разработка рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая: участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг.

## **Краткое содержание практики**

Участие в текущей рекламной и PR-деятельности предприятия (организации), а также проведение исследований и разработка рекомендаций в рамках научно-исследовательской выпускной квалификационной работы; либо разработка проекта продвижения товара (услуги, предприятия) с использованием возможностей рекламы и связей с общественностью для данного предприятия (организации), включая аналитический этап, стратегическое и тактическое планирование, медиа-планирование, разработку различных видов рекламной и PR-продукции, методику оценки эффективности в рамках проектной выпускной квалификационной работы.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения при прохождении практики (ЗУНы)
ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать: правила организационно-управленческой работы с малыми коллективами
	Уметь: воспроизводить правила организационно-управленческой работы с малыми коллективами
	Владеть: использовать правила организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-12 способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: правила выполнения профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
	Уметь: воспроизводить правила выполнения профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
	Владеть: использовать правила выполнения профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать: правила разработки и проведения рекламных кампаний и мероприятий.
	Уметь: воспроизводить правила разработки и проведения рекламных кампаний и мероприятий.
	Владеть: применять правила разработки и проведения рекламных кампаний и

	мероприятий.
ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать: правила работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.
	Уметь: воспроизводить правила работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.
	Владеть: использовать правила работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.
ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: правила участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
	Уметь: воспроизводить правила участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
	Владеть: применять правила участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

### 3. Место практики в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.26 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью В.1.03 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью	

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым для прохождения данной практики и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
В.1.03 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью	Знания: правил копирайтинга в рекламе и связях с общественностью.
	Умения: воспроизводить правила копирайтинга в рекламе и связях с общественностью. Навыки: применять правила копирайтинга в рекламе и связях с общественностью.
Б.1.26 Организация работы отделов рекламы и связей с	Знания: правил организации работы отделов рекламы и связей с общественностью.

общественностью	Умения: воспроизводить правила работы отделов рекламы и связей с общественностью. Навыки: применять правила работы отделов рекламы и связей с общественностью.
-----------------	---

#### 4. Время проведения практики

Время проведения практики (номер уч. недели в соответствии с графиком) с 23 по 40

#### 5. Структура практики

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 27, часов 972, недель 18.

№ раздела (этапа)	Наименование разделов (этапов) практики	Кол-во часов	Форма текущего контроля
1	Ознакомительный этап. Общая характеристика предприятия	80	Проверка отчета по практике
2	Участие в текущей рекламной и PR-деятельности предприятия (организации)	330	Проверка отчета по практике
3	Проведение исследования и разработка рекомендаций в рамках научно-исследовательской выпускной квалификационной работы. Вариант 2. Разработка проекта в рамках проектной выпускной квалификационной работы.	418	Проверка отчета по практике
4	Разработка творческих предложений по дальнейшей работе PR-подразделения (креатив, проекты, сценарии, медиа-планы).	120	Проверка отчета по практике
5	Подведение итогов и оценка эффективности работы практиканта.	24	Проверка отчета по практике

#### 6. Содержание практики

№ раздела (этапа)	Наименование или краткое содержание вида работ на практике	Кол-во часов
1	Ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности. Изучение истории создания организации, современного состояния и основных направлений деятельности организации. Общая характеристика предприятия, его организационной структуры; место и роль отдела рекламы/маркетинга/PR на предприятии.	80
2	Участие в текущей рекламной и PR-деятельности предприятия (организации), в том числе: – мониторинг эффективности проводимых рекламных и PR-кампаний; участие в организации и	330

	проведении рекламных и PR-кампаний; – участие в медиапланировании; – участие в разработке различных видов рекламной продукции; – работа с рекламодателями; – самостоятельная подготовка PR-текстов; – организация взаимодействия со СМИ; – участие в подготовке и проведении специальных мероприятий (в том числе внутрикорпоративных); – работа с Интернет-сайтом организации.	
3	Вариант 1. Проведение исследований и разработка рекомендаций в рамках научно-исследовательской выпускной квалификационной работы. Исследования проводятся в соответствии с программой, утвержденной руководителем выпускной квалификационной работы студента. Вариант 2. Разработка проекта в рамках проектной выпускной квалификационной работы. Проект разрабатывается в соответствии с заданием, утвержденным научным руководителем выпускной квалификационной работы студента.	418
4	Разработка творческих предложений по дальнейшей работе PR-подразделения (креатив, проекты, сценарии, медиа-планы); – контент-анализ материалов о субъекте PR в периодических изданиях (задачи исследования определяет руководитель практики от предприятия, в т.ч. определение известности организации, влияния отдельных персон, выявление позитивного/негативного отношения, тенденции, позиция отдельных СМИ и т.п.). Описание собственного вклада практиканта в рекламную и PR-деятельность организации.	120
5	Структура отчета: 1. Титульный лист. 2. Характеристика из организации, где проходила практика, заверенная руководителем практики и печатью организации. 3. Описание результатов работы в рамках ВКР. 4. Описание результатов выполнения задания к данному виду практики. 5. Дневник практики студента, подписанный руководителем практики от организации с оценкой важности и степени исполнения студентом указанных в дневнике компетенций.	24

## 7. Формы отчетности по практике

По окончанию практики, студент предоставляет на кафедру пакет документов, который включает в себя:

- дневник прохождения практики, включая индивидуальное задание и характеристику работы практиканта организацией;
- отчет о прохождении практики.

Формы документов утверждены распоряжением заведующего кафедрой от 31.08.2017 №1.

## 8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Форма итогового контроля – оценка.

## 8.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов практики	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Вид контроля
Все разделы	ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	дифференцированный зачет
Все разделы	ПК-12 способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	дифференцированный зачет
Все разделы	ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	дифференцированный зачет
Все разделы	ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	дифференцированный зачет
Все разделы	ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	дифференцированный зачет
Ознакомительный этап. Общая характеристика предприятия	ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	текущий
Участие в текущей рекламной и PR-деятельности предприятия (организации)	ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	текущий
Проведение исследования и разработка рекомендаций в рамках научно-исследовательской выпускной квалификационной работы. Вариант 2. Разработка проекта в рамках проектной выпускной квалификационной работы.	ПК-12 способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой	текущий

	информации	
Разработка творческих предложений по дальнейшей работе PR-подразделения (креатив, проекты, сценарии, медиа-планы).	ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	текущий
Подведение итогов и оценка эффективности работы практиканта.	ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	текущий

## 8.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
текущий	<p>Ответственный за практику от предприятия проверяет письменный отчет о преддипломной практике, оценку проставляет в дневнике практиканта. Оценку заносит в лист компетенций, являющийся частью дневника практиканта. Лист заверяется личной подписью ответственного за преддипломную практику от предприятия и печатью. Ответственный за практику от предприятия оценивает степень владения практикантом компетенциями: ПК-3, ПК-6, ПК-12, ПК-13, ПК-15</p>	<p>Отлично: выполнение всех заданий во время практики; своевременное в установленные сроки оформление отчета в соответствии с требованиями; подробное изложение в отчете своей деятельности на практике. "Отлично" в характеристике выставляется студентам, которые в полной мере овладели ЗУН, предусмотренными формируемыми компетенциями. Хорошо: выполнение заданий во время практики; своевременное в установленные сроки оформление отчета в соответствии с требованиями; изложение в отчете своей деятельности на практике, но получены незначительные замечания по полноте раскрытия своей деятельности на практике. "Хорошо" в характеристике выставляется студентам, которые частично овладели ЗУН, предусмотренными формируемыми компетенциями. Удовлетворительно: успешное выполнение заданий во время практики; своевременное в</p>

		<p>установленные сроки предоставления отчета, но с существенными замечаниями по оформлению и по полноте раскрытия своей деятельности на практике. "Удовлетворительно" в характеристике выставляется студентам, которые недостаточно овладели ЗУН, предусмотренными формируемыми компетенциями. Неудовлетворительно: невыполнение студентом программы практики, отчет оформлен без учета требований. "Неудовлетворительно" в характеристике выставляется студентам, которые в установленные сроки предоставили отчет, но не овладели компетенциями.</p>
<p>дифференцированный зачет</p>	<p>В день, назначенный распоряжением заведующего кафедрой, проводится защита отчета о практике. Кураторы групп и ответственный за практику от кафедры принимают у студентов отчетные документы (дневник, отчет, характеристика, текст ВКР). Каждый студент готовит презентацию своей практики. Кураторы групп и ответственный за практику от кафедры выставляют итоговую оценку на основании предоставленных материалов, защиты практики и ответов студента по вопросам о практике. Комиссия оценивает степень владения практикантом компетенциями: ПК-3, ПК-6, ПК-12, ПК-13, ПК-15</p>	<p>Отлично: своевременное в установленные сроки представление на кафедру оформленных в соответствии с требованиями документов; отличная характеристика от руководителя предприятия; подробное изложение в отчете своей деятельности на практике; во время защиты отчета правильные ответы на все вопросы руководителя практики от кафедры и членов комиссии. "Отлично" выставляется студентам, которые в полной мере овладели знаниями, умениями, навыками, предусмотренными формируемыми компетенциями. Хорошо: своевременно в установленные сроки представление на кафедру оформленных в соответствии с требованиями документов; отличную характеристику от руководителя предприятия - базы практики; подробное освещение в</p>

		<p>отчете своей деятельности как практиканта, но студентом получены незначительные замечания по оформлению отчетных документов по практике и/или студент не смог правильно ответить на вопросы по практике во время защиты. "Хорошо" выставляется студентам, которые частично овладели компетенциями. Удовлетворительно: успешное прохождение практики, своевременное предоставление отчетных документов на кафедру, но имеющих существенные замечания по оформлению или за то, что в отчете не в полном объеме отражена деятельность практиканта, он не является информативным и содержательным, не позволяет сделать вывод о навыках, полученных в ходе практики. "Удовлетворительно" выставляется студентам, которые недостаточно овладели знаниями, умениями, навыками, формируемыми компетенциями. Неудовлетворительно: невыполнение программы практики, или за получение удовлетворительного или отрицательного отзыва с места практики. Отчет оформлен без учета требований рабочей программы. Документы на защиту комиссии представлены не в полном объеме. "Неудовлетворительно" выставляется в том числе студентам, которые в установленные сроки предоставили необходимые документы, но не овладели компетенциями.</p>
--	--	---

### 8.3. Примерный перечень индивидуальных заданий

Разработка различных видов рекламной продукции.

Подготовка PR-текстов.

Подготовка сценария внутрикорпоративного мероприятия.

Разработка медиа-плана.

Контент-анализ материалов о предприятии в периодических изданиях.

Контент-анализ материалов о субъекте PR в периодических изданиях.

Контент-анализ материалов для определения влиятельности отдельных персон.

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

### Печатная учебно-методическая документация

#### *а) основная литература:*

1. PR в России междунар. проф. журн. Изд. дом "Соврем. экономика" журнал. - М., 2001-2014

2. Студенческий PR-проект Текст учеб. пособие Е. П. Соколова и др.; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Мас. коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2010. - 86, [1] с. электрон. версия

3. Коваленко, П. И. English for students of PR Текст учеб. пособие по англ. яз. для неяз. вузов П. И. Коваленко, Ю. А. Кудряшова. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 286 с. 21 см.

4. Мишина, В. Д. Event-технологии в PR-коммуникации Текст метод. указания к выполнению курсовой работы сост. В. Д. Мишина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинговые коммуникации ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2012. - 49 с.

5. Пелленен, Л. В. Взаимодействие со СМИ как PR-технология в системе массовой коммуникации Текст монография Л. В. Пелленен. - Челябинск: Цицеро, 2013. - 139 с. ил.

6. Синяева, И. М. PR в сфере коммерции Текст учебник для вузов по специальности 08011 "Маркетинг" И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. - 296 [2] с. ил. 1 электрон. опт. диск

7. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика Текст У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти; пер.с англ. М. Артюх и др.; под ред. И. В. Крылова, А. В. Ульяновского. - 2-е изд., испр. - СПб.и др.: Питер, 2001. - 735 с. ил.

8. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе Учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462,[1] с.

9. Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз Текст учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 182, [2] с. ил.

#### *б) дополнительная литература:*

1. Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность Учеб. для студентов вузов и сред. спец. учеб. заведений Информ.-внедрен. центр "Маркетинг"; Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. - М.: Маркетинг, 1998. - 244 с.
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: Теория и практика Текст учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2006. - 551 с.
3. Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: Коммуникативная и интерактивная сущность кампаний Текст учеб. пособие Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и социал. отношений. - М.; Екатеринбург: Деловая книга: Академический проект, 2007. - 299, [1] с.
4. Хапенков, В. Н. Рекламная деятельность в торговле Текст учебник для вузов по направлению 100700 "Торговое дело" В. Н. Хапенков, Г. Г. Иванов, Д. В. Федюнин. - М.: Форум : ИНФРА-М, 2013. - 366, [1] с. ил.
5. Хромов, Л. Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика Настол. кн. делового человека - менеджера и бизнесмена. - Петрозаводск: АО "Фолиум", 1994. - 308 с. ил.
6. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс Учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" С. М. Емельянов. - СПб. и др.: Питер, 2006. - 240 с.
7. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста Текст учебник для вузов по направлениям "Связи с общественностью" А. Г. Киселев. - СПб. и др.: Питер, 2011. - 399 с.
8. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью Текст учебник для вузов по направлению (специальности) "Связи с общественностью" А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб. и др.: Питер, 2012. - 375, [1] с. ил.
9. Пелленен, Л. В. PR в сфере промышленности Текст учеб. пособие по специальности 030602 "Связи с общественностью" Л. В. Пелленен ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. Связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск: Цицеро, 2012. - 245 с. ил.
10. Плотникова, О. А. Медиапланирование Текст учеб.-метод. рекомендации к выполнению практ. занятий по направлению 031600 "Реклама и связи с общественностью" О. А. Плотникова ; под ред. И. Ю. Окольнишниковой ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013. - 49, [1] с. ил.
11. Четвертков, Н. В. Современная пресс-служба Текст учеб. пособие для вузов по специальности 030602.65 (350400) "Связи с общественностью" Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 190, [1] с. табл. 22 см

*из них методические указания для самостоятельной работы студента:*

1. РПП Преддипломная практика (8 семестр), 2017, (4,0), (25943)

## **Электронная учебно-методическая документация**

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в	Доступность (сеть Интернет /
---	----------------	-------------------------	------------------------	------------------------------

			электронной форме	локальная сеть; авторизованный / свободный до- ступ)
1	Дополнительная литература	Интегрированные маркетинговые коммуникации: [Электронный ресурс] / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ .- 2013.	IEEE Xplore Digital Library	Интернет / Авторизованный

## 10. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)
2. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
3. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. -База данных rolpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. -Информационные ресурсы ФИПС(бессрочно)
3. -Консультант Плюс(31.07.2017)
4. -Гарант(31.12.2017)

## 11. Материально-техническое обеспечение практики

Место прохождения практики	Адрес места прохождения	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики
Агентство Северо-Западного района ОАО "Росстрах"	454000, г.Челябинск, Комсомольский пр-т, 107	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
Администрация г. Челябинска	454000, г. Челябинск, пл.Революции, 2	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)

Администрация Южноуральского городского округа	457040, г.Южноуральск, Космонавтов, 14	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
АО "Промышленная Группа "Метран"	454138, Челябинск, пр-т Новоградский, 15	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
Арбитражный Суд Челябинской области	454081, Челябинск, ул.Воровского, 2	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
Главное управление Министерства внутренних дел Российской Федерации по Челябинской области	111500, г. Челябинск, Елькина, 34	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
ГОУ ДПО Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования	454091, Челябинск, Красноармейская, 88	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
ЗАО "ИНСИСТРОЙ"	454092, г. Челябинск, ул. К.Либкнехта, 2 оф. 600	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

		Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
ЗАО Типография Автограф	454091, г. Челябинск, ул. Постышева, 2	Компьютерная техника, Corel- CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
ООО "ФАМИАН"	454000, г. Челябинск, ул. Бр. Кашириных, 88	Компьютерная техника, Corel- CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)