

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
Журналистика

\_\_\_\_\_  
09.09.2017 Л. П. Шестеркина

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

**Практика** Производственная 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)

\_\_\_\_\_  
12.07.2017  
(подпись)

Л. П. Шестеркина

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

\_\_\_\_\_  
12.07.2017  
(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

познакомить студента с рыночно-исследовательской и проектной деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью (PR).

В рамках данной практики студенты должны получить аналитические навыки, приобрести умение подготовки сценариев промо-акций различных продуктов/услуг.

## Задачи практики

- 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;
- проектная: участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью

## Краткое содержание практики

анализ рекламной и PR-деятельности предприятия/организации. Маркетинговый анализ конкурентной среды предприятия. Подготовка сценария промо-акции продукта/услуги.

## 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:применять 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:применять правила выполнения профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации	Знать:правила участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации
	Уметь:воспроизводить правила участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации
	Владеть:применять правила участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации
ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать:правила организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий
	Уметь:воспроизводить правила организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий
	Владеть:применять правила организации и проведения рекламных кампаний и мероприятий
ПК-15 владением навыками работы в	Знать:правила работы в отделе рекламы,

отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	маркетинговом отделе, рекламном агентстве
	Уметь:воспроизводить правила работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
	Владеть:применять правила работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве

### 3. Место практики в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.28 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Б.1.24 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) Б.1.23 Теория и практика массовой информации	Б.1.26 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Б.1.29 Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью Б.1.30 Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности

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

Дисциплина	Требования
Б.1.23 Теория и практика массовой информации	Знания: теории и практики массовой информации. Умения: воспроизводить теоретические основы и достижения практики массовой информации. Навыки: применять теоретические основы и достижения практики массовой информации.
Б.1.28 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Знания: правил организации и проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа. Умения: воспроизводить правила организации и проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа. Навыки: применять правила организации и проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа.
Б.1.24 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	Знания: правил организации коммуникационных процессов в рекламе и связях с общественностью. Умения: воспроизводить основные правила организации коммуникационных процессов в рекламе и связях с общественностью. Навыки: применять основные правила организации коммуникационных процессов в рекламе и связях с общественностью.

#### 4. Время проведения практики

Время проведения практики (номер уч. недели в соответствии с графиком) с 44 по 47

#### 5. Структура практики

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 6, часов 216, недель 4.

№ раздела (этапа)	Наименование разделов (этапов) практики	Кол-во часов	Форма текущего контроля
1	Ознакомительный этап	24	Проверка отчета по практике
2	Анализ рекламной и PR-деятельности предприятия/организации.	32	Проверка отчета по практике
3	Маркетинговый анализ макро- и микросреды предприятия.	64	Проверка отчета по практике
4	Подготовка сценария промо-акции продукта/услуги.	48	Проверка отчета по практике
5	Анализ основных положений Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (АКАР) применительно к организации, выбранной для прохождения практики	12	Проверка отчета по практике
6	Анализ основных положений Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (РАСО), применительно к организации, выбранной для прохождения практики	12	Проверка отчета по практике
7	Подготовка отчета о практике	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. Посещение всех основных подразделений организации, описание специфических видов деятельности данных подразделений.	24
2	Ознакомление с документами, характеризующими как рекламную,	32

	так и PR-деятельность предприятия/организации. Посещение всех подразделений организации, ведущих рекламную и PR-деятельность. Изучение и сравнительный анализ должностных инструкций сотрудников подразделений, ведущих рекламную и PR-деятельность предприятия/организации. Описание всех видов деятельности подразделений, ведущих рекламную и PR-деятельность предприятия/организации. Характеристика всех целевых аудиторий предприятия/организации. Определение особенностей рекламной и PR-деятельности предприятия/организации, связанных со спецификой проблем и задач основной сферы его деятельности (в том числе отдельных отраслей бизнеса, политики, социальной сферы).	
3	Маркетинговый анализ положения предприятия на рынке. Дать оценку сильных и слабых сторон компании, и ее внешних возможностей и угроз. Составить матрицу SWOT-анализа.	64
4	Участие в подготовке и проведении промо-акции предприятия (организации). Подготовить предложения по проведению промо-акции продукта/услуги, самостоятельно разработать сценарий, принять участие в осуществлении промо-акций предприятия (организации) в случае их проведения.	48
5	Изучение соблюдения основных положений Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (АКАР) в организации, выбранной для прохождения практики.	12
6	Изучение соблюдения основных положений Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (РАСО), в организации, выбранной для прохождения практики	12
7	Подготовка отчета о практике.	24

## 7. Формы отчетности по практике

По окончании 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	Вид контроля
--------------------------------	--	--------------

	части)	
Ознакомительный этап	ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Текущий
Анализ рекламной и PR-деятельности предприятия/организации.	ПК-12 способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Текущий
Маркетинговый анализ макро- и микросреды предприятия.	ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Текущий
Подготовка сценария промо-акции продукта/услуги.	ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Текущий
Анализ основных положений Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (АКАР) применительно к организации, выбранной для прохождения практики	ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Текущий
Анализ основных положений Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (РАСО), применительно к организации, выбранной для прохождения практики	ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Текущий
Подготовка отчета о практике	ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Текущий
Все разделы	ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с	Дифференцированный зачет

	малыми коллективами	
Все разделы	ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	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

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

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Текущий	Ответственный за практику от предприятия проверяет письменный отчет о практике, оценку проставляет в дневнике практиканта. Оценка заносит в лист компетенций, являющийся частью дневника практиканта. Лист заверяется личной подписью ответственного за практику от предприятия и печатью. Ответственный за практику от предприятия	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

	<p>составляет характеристику с проставлением оценки за практику, проставляет подпись и печать. Ответственный за практику от предприятия оценивает степень владения практикантом компетенциями: ПК-3, ПК-6, ПК-12, ПК-13, ПК-15</p>	<p>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 установленные сроки предоставление 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 отчетов по практике. Ответственные за практику от кафедры и кураторы групп принимают у студентов отчетные документы (дневник, отчет, характеристика). Каждый студент готовит</p>	<p>Отлично: своевременное в установленные сроки предоставление на кафедру оформленных в соответствии с требованиями документов; отличная характеристика от руководителя от предприятия; подробное изложение в отчете своей деятельности на практике; во время защиты отчета правильные ответы на все вопросы руководителя практики</p>

	<p>презентацию своей практики. Итоговая оценка выставляется на основании предоставленных материалов, защиты практики и ответов студента на вопросы о практике. Комиссия оценивает степень владения практикантом компетенциями: ПК-3, ПК-6, ПК-12, ПК-13, ПК-15</p>	<p>от кафедры и членов комиссии. "Отлично" выставляется студентам, которые в полной мере овладели ЗУН, предусмотренными формируемыми компетенциями. Хорошо: своевременное в установленные сроки предоставление на кафедру оформленных в соответствии с требованиями документов; хорошая характеристика от руководителя от предприятия; подробное изложение в отчете своей деятельности на практике, 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.</p> <p>Удовлетворительно: своевременное в установленные сроки предоставление на кафедру оформленных в соответствии с требованиями документов, но имеющих существенные замечания по оформлению или неполное раскрытие своей деятельности во время практики, отчет не является информативным и содержательным; студент не смог правильно ответить на вопросы по практике во время защиты. "Удовлетворительно" выставляется студентам, которые недостаточно овладели компетенциями.</p> <p>Неудовлетворительно: невыполнение программы практики, или за получение удовлетворительного или отрицательного отзыва о работе с</p>
--	--	---

		места практики. Отчет оформлен без учета требований. "Неудовлетворительно" выставляется в том числе студентам, которые в установленные сроки предоставили необходимые документы, но не овладели компетенциями.
--	--	---

### 8.3. Примерный перечень индивидуальных заданий

1. Дать характеристику организации (предприятия), выбранной для прохождения практики, описать основные направления ее деятельности, историю создания и современное состояние. Посетить все основные подразделения организации, описать их деятельность. Составить схему организационной структуры предприятия с обозначением места в ней рекламной службы, службы по связям с общественностью.
2. Ознакомиться с документами, характеризующими рекламную и PR-деятельность предприятия/организации. Посетить все подразделения организации, занятые рекламной и PR-деятельностью. Изучить и дать сравнительный анализ должностных инструкций сотрудников подразделений, ведущих рекламную и PR-деятельность предприятия/организации. Описать все виды деятельности подразделений, ведущих рекламную и PR-деятельность предприятия/организации. Дать характеристику всех целевых аудиторий предприятия/организации. Определить особенности рекламной и PR-деятельности предприятия/организации, связанные со спецификой проблем и задач основной сферы его деятельности (в том числе отдельных отраслей бизнеса, политики, социальной сферы).
3. Провести маркетинговый анализ положения предприятия на рынке, определить сильные и слабые стороны компании; оценить возможности и угрозы внешней среды (составить матрицу SWOT-анализа).
4. Принять участие в подготовке и проведении промо-акций предприятия (организации), в том числе подготовить предложения по проведению промо-акции продукта/услуги, самостоятельно разработать сценарий, принять участие в осуществлении промо-акций предприятия (организации) в случае их проведения.
5. Проанализировать, как соблюдаются основные положения Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (АКАР, <http://www.akarussia.ru/download/trk.pdf>) в организации, выбранной для прохождения практики.
6. Проанализировать, как соблюдаются основные положения Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (РАСО, [http://www.raso.ru/pro/pr\\_ethics/russian\\_codex](http://www.raso.ru/pro/pr_ethics/russian_codex)) в организации, выбранной для прохождения практики.
7. Подготовить отчет в соответствии с требованиями Методических указаний.

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

### Печатная учебно-методическая документация

#### *а) основная литература:*

1. Реклама. Теория и практика ежекв. журн.: 16+ ЗАО "Издат. дом Гребенникова" журнал. - М., 1997-
2. Мудров, А. Н. Основы рекламы Учеб. для вузов по специальности 350700 "Реклама" А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2006. - 318 с. ил.
3. Сендидж, Ч. Реклама: Теория и практика Ч. Сендидж; Пер. с англ. под общ. ред. Ю. Н. Иванова. - М.: Сирин, 2001. - 619 с. ил.
4. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе Учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462, [1] с.
5. 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.
6. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью Текст учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг" Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов; под ред. С. Д. Резника. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: Академический проект, 2007. - 430, [1] с. ил.
7. 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.
8. Хакимова, Е. М. Практикум по письменной речи специалистов по связям с общественностью и рекламе. Орфография Текст учеб. пособие для 1 курса по специальности "Связи с общественностью" Е. М. Хакимова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Мас. коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 64, [1] с. ил. электрон. версия

#### *б) дополнительная литература:*

1. PR в России междунар. проф. журн. Изд. дом "Соврем. экономика" журнал. - М., 2001-2014
2. 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.
3. Музыкант, В. Л. Формирование брэнда средствами PR и рекламы Учеб. пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг", 350700 "Реклама" В. Л. Музыкант. - 2-е изд., с изм. - М.: Экономистъ, 2006. - 606, [1] с.
4. Пелленен, Л. В. Взаимодействие со СМИ как PR-технология в системе массовой коммуникации Текст монография Л. В. Пелленен. - Челябинск: Цицеро, 2013. - 139 с. ил.

5. 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: Цицero, 2012. - 245 с. ил.

из них методические указания для самостоятельной работы студента:

1. РПП Производственная практика, 42.03.01, 2017 (4,0) Реклама и связи с общественностью в новых медиа (25943)

### Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
1	Дополнительная литература	Управление PR : Инструменты руководителя [Электронный ресурс] Учеб. пособие : Экспресс-курс. - М.: Равновесие: Диполь, 2004	IEEE Xplore Digital Library	Интернет / Авторизованный

### 10. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. 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
Издательский дом ООО "Студия Фьюжен"	454014, г. Челябинск, ул. Ворошилова ,15-2	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
"МЭС Урала" филиал ОАО	454008, Челябинск, 2-	компьютерная техника,

"Федеральная сетевая компания Единой энергетической системы"	ой Западный проезд, ба	программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
Alt Дизайн (Альтернативная студия)		компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
"Усть-Катавский вагоностроительный завод им. С.М. Кирова" филиал ФГУП "Государственный космический научно-производственный центр" имени М.В. Хруничева"	456040, г. Усть-Катав, ул. Заводская, 1	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
"Исследовательская лаборатория" кафедры "Теоретическая и прикладная химия" ЮУрГУ		компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования "Академия инновационного образования и развития"	105064, г.Москва, ул. Земляной Вал, д.7	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
Автономная некоммерческая организация Редакция газеты "ВПЕРЕД"	457100, г. Троицк, Ленина, 106	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
Администрация Копейского городского округа Челябинской области	456618, г.Копейск, ул.Ленина, д.52	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
Администрация Южноуральского городского округа	457040, г.Южноуральск, Космонавтов, 14	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
АО "Промышленная Группа "Метран"	454138, Челябинск, пр-т Новоградский, 15	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
Военный УНЦ ВВС Военно-воздушная академия" (филиал г.Челябинск)	454015, Челябинск, Городок-11, -	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows
ГУФСИН России по Челябинской области	454091, Челябинск, III Интернационала, 116	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft-Windows

ЗАО Типография Автограф	454091, г. Челябинск, ул. Постышева, 2	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft- Windows
Министерство социальных отношений Челябинской области	454048, г. Челябинск, ул. Воровского, 30	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft- Windows
ООО "Рекламное агенство "Восточный экспресс"	454091, г. Челябинск, пр-т Ленина, д.21-в, офис 505 (БД "СПИРИДОНОВ")	компьютерная техника, программы Corel-CorelDRAW Graphics Suite X, Microsoft- Windows