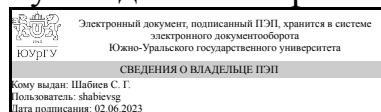


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



С. Г. Шабиев

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.05.М3.02 Основы бренд-проектирования и дизайн бренда
для направления 07.03.01 Архитектура

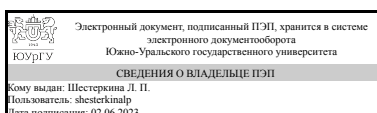
уровень Бакалавриат

форма обучения очная

кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

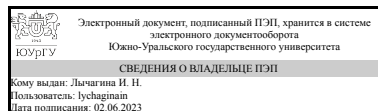
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 07.03.01 Архитектура, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 509

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



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент



И. Н. Лычагина

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – знакомство с ключевыми идеями, концепциями и направлениями теории бренд-коммуникаций, изучение принципов создания фирменного стиля в рамках концепции брендинга. Задачи: 1. изучение бренда как социально-психологический феномена, 2. изучение методов разработки стратегии бренда 3. изучение концепций создания фирменного стиля и методов разработки графических элементов фирменного стиля 4. получение навыков работы с текстом и графикой, 5. освоение практических навыков работы с программами типографики и верстки 6. освоение графических программ Adobe Photoshop/ Illustrator/ CorelDRAW/Visme.

Краткое содержание дисциплины

В рамках дисциплины будут изучены следующие темы: бренд как социально-психологический феномен; понимание бренда в менеджменте и психологии; основные типологии и модели брендов; методики анализа и оценки бренда СМИ; методы разработки стратегии бренда СМИ; особенности формирования бренда СМИ. На практических занятиях изучается фирменный стиль, разбирается роль айдентики и бренд-дизайна, делается проект по созданию фирменного стиля с опорой на исследования аудитории и бизнеса в рамках разработанной стратегии бренда.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знает: основные законы планирования и организации собственной профессиональной деятельности в рамках технологии производства мультимедийного продукта; основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций; основные маркетинговые инструменты и инструменты маркетинговых коммуникаций; основные принципы конвергенции и условия функционирования медиасреды Умеет: применять технологии самоорганизации при выполнении профессиональных задач производства мультимедийного продукта; использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов; применять основные маркетинговые инструменты при разработке и реализации коммуникационного продукта; создавать медиапродукты для конвергентных СМИ Имеет практический опыт: "управления траекторией саморазвития в рамках производства и распространения рекламного мультимедийного продукта; применения

	основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде; проведения маркетинговых исследований при разработке системы маркетинговых коммуникаций; создания медиапродукта для конвергентных СМИ "
--	---

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
<p>1.Ф.05.М14.01 Методология и методы социологических исследований, 1.Ф.05.М6.01 Основы лингводидактики, 1.Ф.05.М15.01 Основы таможенного дела и внешнеэкономической деятельности, 1.Ф.05.М4.01 Основы дизайна, 1.О.13 Информатика, 1.Ф.05.М5.01 Кросс-культурная коммуникативистика, 1.Ф.05.М10.01 Активные виды туризма, 1.Ф.05.М7.01 Спортивные и физкультурно-массовые сооружения и тренажеры, 1.Ф.05.М19.01 Основы судебно-экспертной деятельности, 1.Ф.05.М3.01 Теория и практика интегрированных коммуникаций</p>	<p>1.Ф.05.М15.03 Международная таможенная логистика, 1.Ф.05.М8.03 Основы педагогического мастерства, 1.Ф.05.М19.03 Экспертные исследования документов, 1.Ф.05.М18.03 Медиаграмотность в эпоху цифровых технологий, 1.Ф.05.М2.03 Цифровизация и критическое мышление, 1.Ф.05.М7.03 Организация спортивно-массовых мероприятий, 1.Ф.05.М9.03 Технологии формирования делового имиджа и межличностная коммуникация, 1.Ф.05.М17.03 Эффективность трудовых ресурсов, 1.Ф.05.М1.03 Приложения и практика геоанализа данных, 1.Ф.05.М4.03 История искусства и дизайна, 1.Ф.05.М6.03 Практикум по обучению иностранным языкам, 1.Ф.05.М11.03 Методика преподавания социально-политических дисциплин</p>

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

Дисциплина	Требования
1.Ф.05.М6.01 Основы лингводидактики	<p>Знает: принципы образования; способы совершенствования деятельности; сущность процессов самоорганизации, саморазвития; современные образовательные технологии для реализации траектории саморазвития , "основы целеполагания; этапы жизненного цикла проектной деятельности; современные приемы, организационные формы и способы решения поставленных задач" Умеет: применять полученные знания в процессе саморазвития и самообразования , применять полученные теоретические знания на каждом этапе проекта</p>

	<p>для решения задач Имеет практический опыт: владения средствами, приемами и методами реализации деятельности для ее совершенствования в течение всей жизни, владения теоретическими основами целеполагания, способами решения задач на всех этапах проекта</p>
<p>1.О.13 Информатика</p>	<p>Знает: сущности и значения информации в развитии современного общества, осознанием опасностей и угроз, возникающих в этом процессе, способностью соблюдать основные требования информационной безопасности, защиты государственной тайны, сущность и значение информационно-коммуникационных технологий в развитии современного общества и профессиональной деятельности дизайнера, основные принципы работы современных информационных технологий, сущность и значение информации в развитии современного информационного общества Умеет: использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, получать, хранить и перерабатывать информацию при помощи компьютера как средства управления информацией, работать с традиционными и графическими носителями информации, с информацией в глобальных компьютерных сетях, использовать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности, получать, хранить и перерабатывать информацию при помощи компьютера как средства управления информацией, работать с традиционными и графическими носителями информации, с информацией в глобальных компьютерных сетях Имеет практический опыт: применении методов анализа и моделирования, критической оценки, теоретического и экспериментального исследования на всех этапах предпроектного и проектного процессов, использования современных информационных технологий, получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией</p>
<p>1.Ф.05.М15.01 Основы таможенного дела и внешнеэкономической деятельности</p>	<p>Знает: основы проектирования внешнеэкономической деятельности предприятия, "основные нормативно-правовые акты по таможенному делу и внешнеэкономической деятельности; - сущность таможенного дела, его роль как инструмента регулирования внешней торговли; - сущность системы таможенно-тарифного регулирования; условия внешнеторгового контракта; - правила оформления документации по внешнеторговому контракту" Умеет: выработать стратегию развития внешнеэкономической деятельности</p>

	<p>предприятия для достижения целей проекта, "обобщать и систематизировать требования законодательства РФ и требования международных соглашений и договоров к ВЭД; - оценивать эффективность и соответствие документации коммерческих предложений, запросов участников ВЭД; - производить расчеты таможенных платежей: таможенной пошлины, НДС, акциза и сборов за таможенные операции" Имеет практический опыт: управления проектам по развитию внешнеэкономической деятельности предприятия, "получения и анализа информации о реализации внешнеторговых контрактов; - определения круга участников реализации внешнеторгового контракта; - осуществления выбора потенциальных партнёров для заключения внешнеторгового контракта"</p>
<p>1.Ф.05.М3.01 Теория и практика интегрированных коммуникаций</p>	<p>Знает: основные понятия, структуру и законы коммуникации, историю социальной коммуникации, основные модели коммуникации; профессиональные задачи и функции в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; основные запросы и потребности общества и собственного опыта по управлению ситуацией. Умеет: анализировать основные проблемы саморазвития, социальной коммуникации, интегрированных коммуникаций, используя коммуникационные категории; решать профессиональные задачи и совершенствовать профессиональные навыки в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; предвидеть, выявлять и прогнозировать потребности целевых аудиторий; проводить анализ маркетинговой среды предприятия, осуществлять выбор инструментов маркетинга; определять методику оценки эффективности маркетинговых мероприятий; строить стандартные прогнозы в профессиональной деятельности, направленные на удовлетворение общественных потребностей; применять практические навыки при работе с аудиторией Имеет практический опыт: " изучения, анализа и самоорганизации и организации групповой коммуникации; опыт групповой дискуссии; осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; выявления ключевых запросов общества, определения потребностей реальных и потенциальных целевых групп; использования инструментов для анализа микро и макросреды; выбора инструментов комплекса маркетинга;</p>

	использования и анализа эффективности применения маркетинговых технологий; применения современных методик анализа и интерпретации полученных результатов в рамках профессиональной деятельности"
1.Ф.05.М4.01 Основы дизайна	Знает: "Знает: основные этапы процесса дизайн-проектирования, метод дизайн-мышления, методы активизации поиска идей ", - Умеет: "Умеет: изучать контекст в рамках задачи, выделять основные проблемы, генерировать идеи и производить их отбор, создавать прототипы, тестировать их с потребителями", Умеет: оценивать временные затраты и планировать время при работе над проектом, корректировать процесс работы над проектом, исходя из внешних факторов Имеет практический опыт: -, -
1.Ф.05.М5.01 Кросс-культурная коммуникативистика	Знает: "основные приемы эффективного управления собственным временем; теоретико-методологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной кросс-культурной коммуникативной деятельности" Умеет: определять приоритеты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную кросс-культурную деятельность в решении профессиональных задач Имеет практический опыт: владения инструментами и методами управления временем при выполнении конкретных задач
1.Ф.05.М14.01 Методология и методы социологических исследований	Знает: теоретико-методологические основы проведения эмпирического социологического исследования, практических навыков применения методов Умеет: решать проблему адекватности теоретической концепции эмпирическому уровню исследования Имеет практический опыт: применения методологических, методических и организационных навыков исследовательской деятельности
1.Ф.05.М10.01 Активные виды туризма	Знает: Знает: возрастно-половые особенности развития физических качеств и формирования туристических навыков , "Знает: основные понятия и виды активного туризма как формы массовой рекреации Умеет: "Умеет: планировать и проводить основные формы физкультурно-оздоровительных занятий туристической направленности с детьми дошкольного и школьного возрастов, взрослыми людьми с учетом санитарно-гигиенических, климатических, региональных и национальных условий ", "Умеет: выбирать типы и виды активного туризма в соответствии с физическим состоянием и подготовленностью туристов " Имеет практический опыт: "Имеет практический опыт: проведения туристских походов для

	различных групп людей (дети дошкольного и школьного возрастов, взрослыми людьми различных возрастов)", "Имеет практический опыт: составления и реализации программ спортивно-оздоровительного характера в активных видах туризма"
1.Ф.05.М7.01 Спортивные и физкультурно-массовые сооружения и тренажеры	Знает: "Знает: историю строительства спортивных сооружений; классификацию спортивных сооружений; особенности спортивных сооружений для различных видов спорта; состав спортивных сооружений, их габариты, разметку, пропускную способность; правила эксплуатации спортивных сооружений, оборудования и спортивной техники; параметры и оборудование различных спортивных объектов; расположение зрительских мест на трибунах; расположение помещений и устройства для судей и прессы", "Знает: о своих ресурсах и их пределах (временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы" Умеет: "Умеет: оценивать состояние готовности спортивного оборудования, спортивного сооружения или объекта спорта к проведению соревнований и мероприятий", "Умеет: планировать перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей" Имеет практический опыт: "", -
1.Ф.05.М19.01 Основы судебно-экспертной деятельности	Знает: теоретические основы экспертологии, традиционных криминалистических экспертиз,, особенности назначения и производства экспертиз отдельных видов; Умеет: применять современные методы и возможности судебных экспертиз,, - Имеет практический опыт: применения полученных знаний в области судебной экспертологии;, классификации судебных экспертиз на роды и виды;

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 72,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия:</i>	64	64
Лекции (Л)	32	32
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0

Самостоятельная работа (СРС)	71,5	71,5
Оформление презентации проекта	71,5	71,5
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	диф.зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основы брендинга	8	4	4	0
2	Визуальная идентичность бренда. Фирменный стиль	56	28	28	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Брендинг: понятие и инструменты брендинга в сфере услуг и гостиничного сервиса. Брендинг ведущих гостиниц мира и России.	2
2	1	Коммуникативная и творческая стратегия бренда. Позиционирование товаров и услуг. Целевая аудитория и особенности формирования бренда	2
3	2	Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак. Понятие визуальной идентичности бренда. Творческие методики поиска креативных идей. Составляющие визуальной идентичности, правила построения.	4
4	2	Визуальная идентичность и фирменный стиль. Фирменный знак: способы и приемы построения	4
5	2	Элементы фирменного стиля: блок деловой коммуникации и основные законы его дизайн-проектирования	6
6	2	Рекламно-полиграфическая продукция: листовка и буклет (требования и законы построения). Цвет, шрифт и графика в дизайне. Сувенирная продукция в брендинге и дизайне (виды и технологии создания)	6
7	2	Творческие подходы к разработке фирменной полиграфической рекламы и медиа-носителей при продвижении бренда предприятия, товара или услуги.	4
8	2	Презентация проекта. Правила успешной презентации бренд-дизайна. Инструменты для создания успешной презентации	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Практическая 1. Разработка брендинга гостиницы. Анализ аудитории бренда определенной гостиницы. Составление портрета потребителя. Позиционирование. Товарная пирамида бренда гостиничных услуг.	4
2	2	Практическая 2. Анализ конкурентов и их решений в брендинге.	2
3	2	Практическая 3. Составление брифа. Построение пирамиды бренда. Метафора бренда	2
4	2	Практическая 4. Поиск и разработка визуальной айдентики. Проработка концепции визуальной идентификации.	2
5	2	Практическая 5. Описание концепции фирменного знака. Посторенние	4

		ассоциаций знака. Разработка эскизов фирменного графического знака	
6	2	Практическая 6. Графическая проектирование знака в программе. Шрифты и особенности их использования в рекламе и дизайне.	4
7	2	Практическая 7. Разработка визитных карточек для выбранного объекта проектирования.	2
8	2	Практическая 8. Разработка фирменной папки, фирменного конверта и фирменного бланка для выбранного объекта проектирования. Разработка системы визуальной идентичности предприятия (товара или услуги)	4
9	2	Практическая 9. Разработка рекламно-полиграфической продукции (буклета и листовки) для выбранного объекта проектирования	4
10	2	Практическая 10. Разработка сувенирной продукции предприятия (товара или услуги) и оформление страницы в социальных сетях. Оформление презентации проекта.	4

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	Семестр	Кол-во часов
Оформление презентации проекта	https://workproekt.ru/vidyi-produktov/prezentatsiya/	4	71,5

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-мestr	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	4	Текущий контроль	Контрольная точка 1. Разработка брендинга компании: анализ аудитории бренда, составление портрета потребителя, анализ конкурентов и их решений в продвижении бренда	1	5	5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания; 4 балла - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания, но с незначительными недостатками; 3 балла - работа, выполнена не в полном	дифференцированный зачет

						объеме, не соблюдены некоторые требования технического задания; 2 балла - работа не раскрывает тему, не отвечает требованиям тех. задания; 0 баллов - контрольная не выполнена.	
2	4	Текущий контроль	Контрольная точка 2. Разработка дизайна блока деловой документации бренда и оформление страницы бренда в социальных сетях	1	5	5 баллов - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания; 4 балла - работа, выполнена в полном объеме, по всем требованиям технического задания, но с незначительными недостатками; 3 балла - работа, выполнена не в полном объеме, не соблюдены некоторые требования технического задания; 2 балла - работа не раскрывает тему, не отвечает требованиям тех. задания; 0 баллов - контрольная не выполнена.	дифференцированный зачет
3	4	Текущий контроль	Контрольная точка 3. Разработка фирменной сувенирной и рекламно-полиграфической продукции бренда	1	5	5 баллов - проект соответствует теме, выполнен в отличной графике подачи, проект оригинален и интересен, образ решен ярко и выразительно 4 балла - проект соответствует теме, выполнен в хорошей графике подачи, но образ решен не ярко и не выразительно, с небольшими ошибками 3 балла - проект соответствует теме, но выполнен с ошибками в графике подачи, образ решен не ярко и не выразительно, с принципиальными ошибками 2 балла - проект соответствует теме, но	дифференцированный зачет

					выполнен с грубыми ошибками в графике подачи, образ выбран неправильно, нечетко сформулирован и плохо реализован в проекте 0 баллов - проект не соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный	
4	4	Промежуточная аттестация	Контрольная точка 4. Презентация и защита итогового проекта, зачет	-	5 баллов - проект соответствует теме, выполнен в отличной графике подачи, проект оригинален и интересен, образ решен ярко и выразительно 4 балла - проект соответствует теме, выполнен в хорошей графике подачи, но образ решен не ярко и не выразительно, с небольшими ошибками 3 балла - проект соответствует теме, но выполнен с ошибками в графике подачи, образ решен не ярко и не выразительно, с принципиальными ошибками 2 балла - проект соответствует теме, но выполнен с грубыми ошибками в графике подачи, образ выбран неправильно, нечетко сформулирован и плохо реализован в проекте 0 баллов - проект не соответствует теме, выполнен в слабой графической подачи, образ не яркий и не выразительный	дифференцированный зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
дифференцированный зачет	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов	В соответствии с пп. 2.5, 2.6

	учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре (если студент набрал 60 и более процентов за все виды работ) или проводится в виде защиты всех разработанных макетов (презентация). Презентация должна быть защищена в устной форме в течении 10 минут. Автор описывает предприятие, целевую аудиторию, проблему и выбранную концепцию бренда, обосновывает выбор дизайна носителей. максимальная оценка - 5 баллов.	Положения
--	--	-----------

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
УК-6	Знает: основные законы планирования и организации собственной профессиональной деятельности в рамках технологии производства мультимедийного продукта; основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций; основные маркетинговые инструменты и инструменты маркетинговых коммуникаций; основные принципы конвергенции и условия функционирования медиасреды	+	+	+	+
УК-6	Умеет: применять технологии самоорганизации при выполнении профессиональных задач производства мультимедийного продукта; использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов; применять основные маркетинговые инструменты при разработке и реализации коммуникационного продукта; создавать медиапродукты для конвергентных СМИ	+		+	+
УК-6	Имеет практический опыт: "управления траекторией саморазвития в рамках производства и распространения рекламного мультимедийного продукта; применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде; проведения маркетинговых исследований при разработке системы маркетинговых коммуникаций; создания медиапродукта для конвергентных СМИ "	+	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

- Нестеров, Д. И. Графический дизайн элементов фирменного стиля [Текст] учеб. пособие по направлению 270300.62 "Дизайн арх. среды" Д. И. Нестеров, М. А. Лебедева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Дизайн ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2014. - 44, [2] с. ил. электрон. версия
- Хембри, Р. Графический дизайн. Как научиться понимать графику и визуальные образы [Текст] Самый полный справочник Р. Хембри ; пер. с англ. А. В. Банкрашкова. - М.: АСТ : Астрель, 2008. - 192 с. илл.

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

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

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Дизайн рекламы

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Дизайн рекламы

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/511517 (дата обращения: 23.05.2023).

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. 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
Практические занятия и семинары	446 (1)	компьютеры с графическими программами
Лекции	450 (1)	проектор, экран, компьютер, парты, доска