

**КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
АВТОНОМНОЙ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ

Направления подготовки 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль) «Графический дизайн»

Форма обучения: очная

Объем дисциплины:

в зачетных единицах: 13 з.е.

в академических часах: 468 ак.ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен, зачет с оценкой

Рабочая программа по дисциплине «Разработка и управление продуктом» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) «Графический дизайн», составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1015 от 13.08.2020 г.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков от 21 марта 2025 г., протокол № 7

одобрена Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от «2» апреля 2025 г., протокол № 3.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Цель и задачи освоения дисциплины	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	5
4.	Объем дисциплины и виды учебной работы	6
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий	7
	5.1. Содержание дисциплины	7
	5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий	8
6.	Лабораторные занятия	9
7.	Практические занятия	9
8.	Примерная тематика курсовых работ (проектов)	11
9.	Самостоятельная работа студента	12
10.	Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций	13
11.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	14
12.	Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины	14
13.	Материально–техническое обеспечение дисциплины	15
	Обновление рабочей программы дисциплины (модуля)	16

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Разработка и управление продуктом» – формирование у обучающихся системы знаний о закономерностях разработки и осуществления мероприятий по управлению продуктом, а также ознакомление обучающихся с теоретическими основами, дать практические навыки в сфере управления продуктом.

Задачи:

- выработать способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений в плане управления продуктом;
- сформировать представления об особенностях стратегического менеджмента по управлению продуктом;
- выработать умение формулировать стратегические цели управления продуктом;
- дать представление о тенденции и закономерности развития окружающей экономической среды и заинтересованных сторон;
- сформировать представления о методах анализа внешней и внутренней экономической среды, ее влияние на результаты хозяйственной деятельности организации в текущей и долгосрочных перспективах;
- выработать умение применять методы контроля и оценки экономической эффективности используемых видов маркетинговых коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Разработка и управление продуктом» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) «Графический дизайн».

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики	Исучаемые в текущем семестре дисциплины (модули), практики	Последующие дисциплины (модули), практики
ПК 2.1	Проектный практикум	Разработка и управление продуктом	Производственная практика, проектно-технологическая практика Производственная практика, преддипломная практика
ПК 2.2	Проектный практикум	Разработка и управление продуктом Проектный практикум	Производственная практика, проектно-технологическая практика Производственная практика, преддипломная практика

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся универсальных компетенций – ПК-2.

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-1Способен составлять по типовой форме, обсуждать и согласовывать с заказчиком проектное задание на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, правильно определять композиционные приемы и стилистические особенности, предварительно прорабатывать эскизы объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК- 1.1. Составляет, обсуждает и согласовывает с заказчиком проектное задание с указанием этапов и сроков выполнения работ по дизайн-проекту	Знать: как учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств. Уметь: разрабатывать художественно-конструкторские проекты продуктов, обеспечивает высокий уровень потребительских свойств и эстетических качеств проектируемых конструкций, соответствующих технико-экономическим и эргономическим требованиям с использованием компьютерных программ. Владеть: навыком учитывать при разработке художественного замысла особенностей материалов с учетом их формообразующих свойств
	ПК -1.2. Использует средства дизайна, в том числе специальные компьютерные программы для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Знать: как учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств. Уметь: учитывать при разработке осуществляет творческую разработку сложных авторских объемно-планировочных решений. Владеть: навыком учитывать при разработке художественного замысла особенностей материалов с учетом их формообразующих свойств
ПК-2. Способен использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК – 2.1 Применяет специальные компьютерные программы на различных этапах проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Знать: как учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств. Уметь: разрабатывать художественно-конструкторские проекты продуктов, обеспечивает высокий уровень потребительских свойств и эстетических качеств проектируемых конструкций, соответствующих технико-экономическим и эргономическим требованиям с использованием компьютерных программ. Владеть: навыком учитывать при разработке художественного замысла особенностей материалов с учетом их формообразующих свойств

	ПК – 2.2 Применяет специальные компьютерные программы на различных этапах проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Знать: как учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств. Уметь: учитывать при разработке осуществляет творческую разработку сложных авторских объемно-планировочных решений. Владеть: навыком учитывать при разработке художественного замысла особенностей материалов с учетом их формообразующих свойств
--	---	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

очная форма обучения

Вид учебной деятельности		Ак. Часов			
		Всего	По семестрам		
			5 семестр	6 семестр	7 семестр
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:		191,5	69	85,5	37
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:		186	68	84	34
• занятия лекционного типа		76	34	42	
• занятия семинарского типа:		110	34	42	34
практические занятия		110	34	42	34
лабораторные занятия		-			
в том числе занятия в форме практической подготовки		60	20	20	20
Консультации		1,5	0,5	0,5	0,5
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий		4	0,5	1	2,5
2. Самостоятельная работа студентов, всего		276,5	39	130,5	71
- курсовая работа (проект)		-	-	-	-
- изучение учебного/теоретического материала (по конспектам лекций), изучение основной и дополнительной литературы		126,5	14	66,5	40
- написание доклада		76	15	32	11
- подготовка к практическим занятиям		80	10	32	20
3. Промежуточная аттестация: экзамен, зачет, курсовая работа		36		36	
ИТОГО:	ак. Часов	13	3	7	3
Общая трудоемкость	зач. Ед.	468	108	252	108

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Управление продуктом: введение

Основные определения, цели, задачи. Понятие продуктовой политики фирмы.

Управление товарной категорией. Определение товара в системе маркетинга.

Классификация товаров и услуги особенности управления ими.

Тема 2. Управление жизненным циклом продукта

Понятие и этапы жизненного цикла товара. Жизненный цикл продукта в маркетинге. Понятие жизненного цикла для целого товарного класса, разновидности товара или конкретной марки. Анализ жизненного цикла товарной категории. Особенности стратегии управления товаром на различных этапах его жизненного цикла. Модификация товара и рынка.

Тема 3. Проектирование нового продукта

Понятие нового продукта и уровень новизны. Причины успеха и неудач новых продуктов. Процессы и этапы разработки нового продукта. Поиск новых идей и превращение идеи в товар. Первоначальный отбор идей товара. Методы функционального анализа. Разработка концепции товара. Разработка прототипов продукта. Подготовка производства нового товара. Методы тестирования нового продукта: внутри компании и на рынке: тест потребителя, тест предпочтений, пробные продажи и др. создание окончательной бизнес-модели перед запуском массового производства. Запуск производства нового товара. Процесс принятия товара потребителями.

Тема 4. Брендинг и управление торговыми марками

Бренд: основные термины и определения. Понятие, элементы и ценность торговых марок. Роль торговой марки и возможности брендинга. Виды товарных марок. Характеристики лучших торговых марок. Процесс создания новой торговой марки. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочных товаров.

Тема 5. Управление качеством и конкурентоспособностью продукта

Понятия «конкурентоспособность товара», «качество товара». Потребительские и экономические показатели конкурентоспособности продукта. Определение конкурентоспособности товара с помощью балльной оценки. Методика расчета показателей конкурентоспособности продукта.

Тема 6. Анализ потенциала рынка и изучение условий конкуренции

Изучение условий конкуренции на рынке и анализ его привлекательности. Уровень рыночной конкуренции и методы определения конкурентов. Сегментация рынка. Анализ потенциала рынка и прогнозирование объема продаж. Анализ конкурентов и потребителей.

Тема 7. Разработка и управление товарными стратегиями продукта

Понятие и сущность продуктовой стратегии. Элементы продуктовой стратегии. Изменение продуктовой стратегии в соответствии с жизненным циклом товара. Процессы формирования и исследования потребительских характеристик

продуктов. Креатив и механизмы совместного создания потребительской ценности товаров и услуг. Основные стратегии управления марочным продуктом. Глобальные марочные стратегии.

Тема 8. Современные технологии продаж и программы продвижения продукта

Характеристика каналов товародвижения. Мерчандайзинг как основной инструмент повышения продаж в розничных сетях. Принятия решений по ценообразованию. Коммуникационные программы. Реклама как основной инструмент маркетинговых коммуникаций. Управление каналами поставок. Виды стимулирования продаж.

Тема 9. Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана

Анализ продаж продукта. Матрица BCG и матрица Ансоффа. ABC- анализ. Финансовые аспекты управления продуктом. Финансовый анализ продукта, критерии и показатели его эффективности. Привлечение капитала в исследования и разработки. Оптимизация процессов управления продуктом.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. Часах)			Индикаторы достижения компетенций
		занятия лекцион- ного типа	занятия семинарс кого типа / из них в форме практической подготовки	самос тоятель ная работа	
1.	Тема 1. Управление продуктом: введение	8	-	30	ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
2.	Тема 2. Управление жизненным циклом продукта	8	12/10	30	ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
3.	Тема 3. Проектирование нового продукта	8	14/2	30	ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
4.	Тема 4. Брендинг и управление торговыми марками	8	14	30	ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
5.	Тема 5. Управление качеством и конкурентоспособностью продукта	8	14/14	30	ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
6.	Тема 6. Анализ потенциала рынка и изучение условий конкуренции	8	14/14	30	ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
7.	Тема 7. Разработка и управление товарными стратегиями продукта	8	14/10	30	ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
8.	Тема 8. Современные технологии продаж и программы продвижения продукта	10	14/10	30	ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3

9.	Тема 9. Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана	10	14	26,5	ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
	Итого	76	110	276,5	

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (ак.час.)
			Очная форма обучения
2	Тема 2. Управление жизненным циклом продукта	Вопросы для обсуждения: 1. Основные определения, цели, задачи. Понятие продуктовой политики фирмы. 2. Причины возникновения и обоснование создания организации. Управление товарной категорией. 3. Определение товара в системе маркетинга. 4. Классификация товаров и услуги особенности управления ими. 5. Понятие и этапы жизненного цикла товара. Жизненный цикл продукта в маркетинге. Понятие жизненного цикла для целого товарного класса, разновидности товара или конкретной марки. 6. Анализ жизненного цикла товарной категории. 7. Особенности стратегии управления товаром на различных этапах его жизненного цикла. 8. Модификация товара и рынка.	12/10
3	Тема 3. Проектирование нового продукта	Вопросы для обсуждения: 1. Понятие нового продукта и уровень новизны. Причины успеха и неудач новых продуктов. 2. Процессы и этапы разработки нового продукта. Поиск новых идей и превращение идеи в товар. Первоначальный отбор идей товара. 3. Методы функционального анализа. Разработка концепции товара. Разработка прототипов продукта. Подготовка производства нового товара. 4. Методы тестирования нового продукта: внутри компании и на рынке: тест потребителя, тест предпочтений, пробные продажи и др. создание окончательной бизнес-модели перед запуском массового производства. 5. Запуск производства нового товара. 6. Процесс принятия товара потребителями.	14/2
4	Тема 4. Брендинг и	Вопросы для обсуждения:	14

	управление торговыми марками	1. Бренд: основные термины и определения. 2. Понятие, элементы и ценность торговых марок. 3. Роль торговой марки и возможности брендинга. 4. Виды товарных марок. Характеристики лучших торговых марок. 5. Процесс создания новой торговой марки. 6. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочных товаров.	
5	Тема 5. Управление качеством и конкурентоспособностью продукта	Вопросы для обсуждения: 1. Понятия «конкурентоспособность товара», «качество товара». 2. Потребительские и экономические показатели конкурентоспособности продукта. 3. Определение конкурентоспособности товара с помощью балльной оценки. 4. Методика расчета показателей конкурентоспособности продукта.	14/14
6	Тема 6. Анализ потенциала рынка и изучение условий конкуренции	Вопросы для обсуждения: 1. Изучение условий конкуренции на рынке и анализ его привлекательности. 2. Уровень рыночной конкуренции и методы определения конкурентов. 3. Сегментация рынка. 4. Анализ потенциала рынка и прогнозирование объема продаж. 5. Анализ конкурентов и потребителей.	14/14
7	Тема 7. Разработка и управление товарными стратегиями продукта	Вопросы для обсуждения: 1. Понятие и сущность продуктовой стратегии. Элементы продуктовой стратегии. 2. Изменение продуктовой стратегии в соответствии с жизненным циклом товара. 3. Процессы формирования и исследования потребительских характеристик продуктов. 4. Креатив и механизмы совместного создания потребительской ценности товаров и услуг. 5. Основные стратегии управления марочным продуктом. 6. Глобальные марочные стратегии.	14/10
8	Тема 8. Современные технологии продаж и программы продвижения продукта	Вопросы для обсуждения: 1. Характеристика каналов товародвижения. 2. Мерчандайзинг как основной инструмент повышения продаж в розничных сетях. 3. Принятия решений по ценообразованию. 4. Коммуникационные программы. 5. Реклама как основной инструмент маркетинговых коммуникаций. 6. Управление каналами поставок. 7. Виды стимулирования продаж.	14/10

9	Тема 9. Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана	Вопросы для обсуждения: 1. Анализ продаж продукта. 2. Матрица BCG и матрица Ансоффа. 3. ABC- анализ. 4. Финансовые аспекты управления продуктом. 5. Финансовый анализ продукта, критерии и показатели его эффективности. Привлечение капитала в исследования и разработки. 6. Оптимизация процессов управления продуктом.	14
---	---	--	----

8. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

1. Разработка дизайн-концепции базовых элементов фирменного стиля сети магазинов, торговых центров.
2. Разработка дизайн-концепции базовых элементов фирменного стиля предприятия гостиничного сервиса.
3. Разработка дизайн-концепции базовых элементов фирменного стиля предприятия ресторанного сервиса.
4. Разработка дизайн-концепции базовых элементов фирменного стиля туристического агентства, компании.
5. Разработка графической дизайн-концепции базовых элементов фирменного стиля для предприятий культуры (театра, центра и т.п.)
6. Разработка графической дизайн-концепции рекламной продукции для социальных программ.
7. Разработка графической дизайн-концепции базовых элементов фирменного стиля и корпоративного (представительства) календаря.
8. Разработка графической дизайн-концепции базовых элементов фирменного стиля для Интернет-индустрии (сайты, информационные каналы).
9. Разработка графической дизайн-концепции для региональных этнокультурных центров, туристических программ и др.
10. Разработка графической дизайн –концепции для историко - архитектурных, природных и экологических заповедников.
11. Разработка комплекта детской развивающей игры для детского дошкольного возраста.
12. Дизайн-проект макета книги.
13. Разработка фирменного стиля и пакета полиграфической продукции для одного из факультетов университета.
14. Разработка дизайна журнала и рекламного пакета к нему.
15. Оформление эксклюзивного многостраничного иллюстрированного издания.
16. Проектирование и разработка авторского шрифта.
17. Проектирование и дизайн инфографики.
18. Проектирование комплекса иллюстраций и прочих комплексных элементов графического дизайна.

19. Проектирование серии фотографических изображений для современной книги, журнала, презентационной продукции, упаковки, рекламы и т.д.
20. Проектирование и дизайн входной зоны средствами графического дизайна.
21. Проектирование объектов дизайнерской направленности средствами графического дизайна.
22. Разработка и дизайн брендбука (комплекса сводов и правил мероприятий имиджевой направленности компании).

9. Самостоятельная работа студента

Методические материалы

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Разработка и управление продуктом» направлена на закрепление теоретических знаний, полученных в ходе лекционных занятий, сформировать навыки в соответствии с требованиями, определенными в ходе занятий семинарского типа.

Виды самостоятельной работы студента при изучении дисциплины:

- работа с конспектами лекций и(или) иными учебными материалами, в том числе электронными,
- изучение основной и дополнительной литературы, источников Интернет,
- подготовка к практическим занятиям,
- подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации.

Тема 1. Управление продуктом: введение

Основные определения, цели, задачи. Понятие продуктовой политики фирмы.

Причины возникновения и обоснование создания организации. Управление товарной категорией. Определение товара в системе маркетинга. Классификация товаров и услуги особенности управления ими.

Тема 2. Управление жизненным циклом продукта

Понятие и этапы жизненного цикла товара. Жизненный цикл продукта в маркетинге. Понятие жизненного цикла для целого товарного класса, разновидности товара или конкретной марки. Анализ жизненного цикла товарной категории. Особенности стратегии управления товаром на различных этапах его жизненного цикла. Модификация товара и рынка.

Тема 3. Проектирование нового продукта

Понятие нового продукта и уровень новизны. Причины успеха и неудач новых продуктов. Процессы и этапы разработки нового продукта. Поиск новых идей и превращение идеи в товар. Первоначальный отбор идей товара. Методы функционального анализа. Разработка концепции товара. Разработка прототипов продукта. Подготовка производства нового товара. Методы тестирования нового продукта: внутри компании и на рынке: тест потребителя, тест предпочтений, пробные продажи и др. создание окончательной бизнес-модели перед запуском массового производства. Запуск производства нового товара. Процесс принятия товара потребителями.

Тема 4. Брендинг и управление торговыми марками

Бренд: основные термины и определения. Понятие, элементы и ценность торговых марок. Роль торговой марки и возможности брендинга. Виды товарных марок. Характеристики лучших торговых марок. Процесс создания новой торговой марки. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочных товаров.

Тема 5. Управление качеством и конкурентоспособностью продукта

Понятия «конкурентоспособность товара», «качество товара». Потребительские и экономические показатели конкурентоспособности продукта. Определение конкурентоспособности товара с помощью балльной оценки. Методика расчета показателей конкурентоспособности продукта.

Тема 6. Анализ потенциала рынка и изучение условий конкуренции

Изучение условий конкуренции на рынке и анализ его привлекательности. Уровень рыночной конкуренции и методы определения конкурентов. Сегментация рынка. Анализ потенциала рынка и прогнозирование объема продаж. Анализ конкурентов и потребителей.

Тема 7. Разработка и управление товарными стратегиями продукта

Понятие и сущность продуктовой стратегии. Элементы продуктовой стратегии. Изменение продуктовой стратегии в соответствии с жизненным циклом товара. Процессы формирования и исследования потребительских характеристик продуктов. Креатив и механизмы совместного создания потребительской ценности товаров и услуг. Основные стратегии управления марочным продуктом. Глобальные марочные стратегии.

Тема 8. Современные технологии продаж и программы продвижения продукта

Характеристика каналов товародвижения. Мерчандайзинг как основной инструмент повышения продаж в розничных сетях. Принятия решений по ценообразованию. Коммуникационные программы. Реклама как основной инструмент маркетинговых коммуникаций. Управление каналами поставок. Виды стимулирования продаж.

Тема 9. Финансово-экономический анализ продукта и разработка маркетингового плана

Анализ продаж продукта. Матрица BCG и матрица Ансоффа. ABC- анализ. Финансовые аспекты управления продуктом. Финансовый анализ продукта, критерии и показатели его эффективности. Привлечение капитала в исследования и разработки. Оптимизация процессов управления продуктом.

10. Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций

Оценивание результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций (части компетенции) осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в соответствии с комплектом оценочных материалов.

11. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

основная литература

1. Харина, О. С. Управление стартапом и жизненным циклом технологического продукта : учебное пособие / О. С. Харина, Э. Р. Жданов, Д. Попель. – Чебоксары : Среда, 2024. – 149 с. – ISBN 978-5-907830-77-6. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2195779>

Дополнительная литература

1. Тихомирова, О. Г. Управление проектом: комплексный подход и системный анализ : монография / О.Г. Тихомирова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 300 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/673. — ISBN 978-5-16-006383-6. — Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/2102184>

электронные библиотечные системы (ЭБС) и электронные образовательные ресурсы

Электронно- библиотечная система ZNANIUM.COM – <https://znanium.com/>

Электронная библиотечная система BOOK.ru – <https://www.book.ru/>

Электронная библиотечная система «Академия» – <https://academia-moscow.ru/>

12. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины

1) Лицензионное программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Программное обеспечение	Описание
Desktop School ALNG LicSAPk MVL	Операционная система Microsoft Windows Офисный пакет приложений Microsoft Office
Консультант Плюс	Компьютерная справочная правовая система
INDIGO	Программа для создания и проведения компьютерного тестирования

2) Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

Программное обеспечение	Описание
ЯндексБраузер	Браузер
Adobe Acrobat Reader DC	ПО для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF
7-zip	Свободный файловый архиватор

3) Профессиональные базы данных:

INMYROOM. Профессиональный сайт для дизайнеров интерьера. Самая большая коллекция по дизайну и идей по декору. Платформа для общения профессионалов для реализации своих идей – [https:// www.inmyroom.ru/](https://www.inmyroom.ru/)

Сайт Информационного агентства «Архитектор» Интернет ресурс по архитектуре и дизайну – <https://www.archinfo.ru/>

4) Информационные справочные системы:

www.consultant.ru – СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная

правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

13. Материально–техническое обеспечение дисциплины

Образовательный процесс обеспечен учебными аудиториями для проведения учебных занятий, а именно для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещениями для самостоятельной работы студентов.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.

Рабочее место преподавателя (стол, стул), рабочие места обучающихся, доска для написания мелом, кафедра.

Технические средства обучения:

персональный компьютер-1, мультимедийное оборудование (проектор, проекционный экран) - 1

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Рабочее место преподавателя (стол, стул), рабочие места обучающихся, доска для написания мелом, кафедра.

Технические средства обучения:

персональный компьютер-1, мультимедийное оборудование (проектор, проекционный экран) - 1

Помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

Рабочие места обучающихся.

Технические средства обучения:

персональный компьютер - 13.

Учебные аудитории соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам.

Обновление рабочей программы дисциплины (модуля)

Наименование раздела рабочей программы, в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

обсуждено и рекомендовано к утверждению решением кафедры
_____ от ____ ____ 20__ г., протокол № ____

одобрено Научно-методическим советом _____ от ____ ____ 20__ г.,
протокол № ____