

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

УТВЕРЖДАЮ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНО-ВЫСТАВОЧНОЙ СРЕДЫ

Направление подготовки:
29.04.04 Технология художественной обработки материалов

Направленность:
Технологические приемы дизайн-визуализации ювелирно-художественных изделий

Квалификация выпускника: **магистр**

**Кострома
2019**

Рабочая программа дисциплины «Создание рекламно-выставочной среды» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 29.04.04 Технология художественной обработки материалов, Приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 969.

Разработал: Колодий-Тяжов Л.А., доцент кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования искусств и технического сервиса, к.э.н., доцент

Рецензент: Безденежных А.Г., доцент кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования искусств и технического сервиса, к.т.н., доцент

УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Шорохов С.А., к.т.н., доцент

Протокол заседания кафедры № 10 от 17.05.2019 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № 9 от 23.04.2020 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № 7 от 10.03.2021 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № 10 от 10.06.2022 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № 9 от 31.05.2023 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № 11 от 07.05.2024 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № ____ от _____ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № ____ от _____ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № ____ от _____ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № ____ от _____ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № ____ от _____ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса

Протокол заседания кафедры № ____ от _____ г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Формирование у студентов системы знаний о рекламной деятельности и ее роли в современных коммуникационных потоках. Грамотное и эффективное продвижение ювелирной продукции с использованием основных законов, средств и методов рекламно-выставочной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучить технологии создания креативного, продающего рекламного продукта;
- приобрести умение определять особенности объекта продвижения, целевой аудитории, разработки позиционирования объекта продвижения с учётом конкурентной среды и ожиданий целевой аудитории;
- приобрести навыки планирования, разработки, проведения и оценки эффективности рекламной кампании.

Дисциплина направлена на профессионально-трудовое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

ПК-5 – Способен применять оптимальные программные продукты на всех этапах проектирования художественно-промышленных объектов.

Знать:

- методы и критерии оценки эффективности дизайнерской деятельности;
- основы эргономики, антропометрии, промышленной безопасности;
- нормативные материалы, касающиеся конструкторской подготовки производства, системы и методы проектирования;
- категориально-понятийный аппарат дизайнерской деятельности.

Уметь:

- использовать компьютерные и другие инструменты и приемы конструирования;
- быстро принимать решения по широкому кругу вопросов конструирования и моделирования;
- формулировать и распределять задачи;
- формулировать, разрабатывать и контролировать выполнение задач конструирования и моделирования элементов изделия с учетом эргономических требований, распределять задачи по конструированию между исполнителями, координировать действия исполнителей заданий;
- осуществлять отбор и анализ патентной и другой научно-технической информации, необходимой на различных стадиях (этапах) художественного проектирования;
- осуществлять проверку, контроль, корректировку и консультирование в рамках выполнения заданий на конструирование и моделирование.

Владеть:

- методами технических расчетов при конструировании;
- разработкой необходимой технической документации на проектируемое изделие (чертежей компоновки и общего вида, эскизных и рабочих чертежей для макетирования, демонстрационных рисунков, цветографических эргономических схем, рабочих проектов моделей);
- компьютерными и другими инструментами и приемами конструирования.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) учебного плана. Изучается во 2 семестре очной формы обучения.

Изучение дисциплины основывается на параллельно осваиваемых дисциплинах/практиках: Проектирование, конструирование и изготовление эксклюзивных ювелирных изделий, Учебная

практика: Технологическая (проектно-технологическая) практика, Учебная практика: Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы).

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Продвижение и авторский контроль дизайн-проектов, Производственная практика: Научно-исследовательская работа.

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
	Семестр 2		
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3	–	–
Общая трудоемкость в часах	108	–	–
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	42	–	–
Лекции	14	–	–
Практические занятия	28	–	–
Лабораторные занятия	–	–	–
ИКР	0,25	–	–
Самостоятельная работа в часах	65,75	–	–
Форма промежуточной аттестации	Зачет	–	–

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Лекции	14	–	–
Практические занятия	28	–	–
Лабораторные занятия	–	–	–
Консультации	–	–	–
Зачет/зачеты	0,25	–	–
Экзамен/экзамены	–	–	–
Курсовые работы	–	–	–
Курсовые проекты	–	–	–
Всего	42,25	–	–

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

5.1. Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е./час	Аудиторные занятия			ИКР	Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.		
<i>Семестр 2</i>							
		108	14	28	–	0,25	65,75
1.	Раздел 1. Структура креативного рекламного продукта	72	14	14	–	–	33,75
1.1	Цели и задачи рекламы на современном этапе развития общества.	5	1	1	–	–	2
1.2	Определение видов рекламы, их принципиальное отличие.	5	1	1	–	–	2

1.3	Принципы организации рекламного процесса.	4	2	1	–	–	2
1.4	Выбор объекта продвижения для группового проекта.	5	2	1	–	–	2
1.5	Средства креативного рекламного продукта.	5	2	1	–	–	2
1.6	Вербальные средства рекламного продукта.	14	2	5	–	–	2
1.7	Невербальные константы рекламного продукта.	24	2	2	–	–	13
1.8	Разработка системы графических составляющих дизайн-концепции рекламно-выставочной среды ювелирно-художественных изделий.	10	2	2	–	–	8,75
2.	Раздел 2. Выполнение проекта «Разработка дизайн-концепции рекламно-выставочного пространства ювелирно-художественных изделий».	36	–	14	–	–	32
2.1	Применение векторного графического редактора CorelDRAW X5 при создании рекламно-информационной продукции.	2	–	1	–	–	–
2.2	Простые геометрические объекты. Основы линейно-конструктивного построения изображений из простых геометрических фигур.	4	–	1	–	–	–
2.3	Кривые. Формирование линейно-конструктивного построения изображений рекламно-информационной продукции при помощи инструмента «Кривая Безье».	6	–	2	–	–	–
2.3	Основы графического моделирования. Преобразование объектов. Проектирование элементов печатной рекламы.	6	–	2	–	–	–
2.5	Работа с текстом в программе CorelDRAW X5. Современная шрифтовая культура при создании рекламно-информационной продукции.	6	–	4	–	–	–
2.6	Макетирование рекламно-информационной продукции для предприятия.	6	–	2	–	–	–
2.7	Подготовка макета рекламно-информационной продукции для печати.	6	–	2	–	–	2

2.8	Зачет	–	–	–	–	0,25	30
2.9	Итого за 2 семестр:	108	14	28	–	0,25	65,75
	ИТОГО:	108	14	28	–	0,25	65,75

5.2. Содержание:

Раздел 1. Структура креативного рекламного продукта.

Тема 1. Цели и задачи рекламы на современном этапе развития общества. Цели и общие требования к рекламному продукту.

Тема 2. Определение видов рекламы, их принципиальное отличие. Основные виды рекламы: имиджевая реклама; сбытовая реклама; коммерческая реклама; реклама товаров и услуг; социальная реклама; политическая реклама. Функции рекламы: экономическая, информационная, коммуникативная, контролирующая, функция управления спросом.

Тема 3. Принципы организации рекламного процесса. Позиционирование, привлечение и удержание покупателей; обзор определений рекламы; реклама как форма массовой коммуникации.

Тема 4. Выбор объекта продвижения для группового проекта. Целевая аудитория: важность потребителя в бизнесе; понятие целевой аудитории; сферы бизнеса: B2C. B2B; особенности потребителей в сферах B2B и B2C; сегментирование потребителей; позиционирование: виды, способы разработки; качественные и количественные характеристики целевой аудитории в сферах B2B и B2C; ёмкость целевой аудитории; сезонность спроса; мотивация в рекламе: теория мотивации и использование мотивов в рекламе; основные виды побудительных мотивов в рекламе; рациональные и эмоциональные мотивы; иерархия мотивов.

Тема 5. Средства креативного рекламного продукта, определение креатива; основные и дополнительные элементы креативного рекламного продукта.

Тема 6. Вербальные средства рекламного продукта: рекламное имя, виды имён; требования к созданию рекламного имени; приёмы создания рекламного имени; понятие рекламного слогана; функции слогана; типы слоганов; место слогана в структуре рекламного текста, рекламный текст: виды и функции; структура рекламного текста; приёмы создания зачина; технические характеристики и продающий моменты; теория аргументации; виды аргументов: сильные и слабые аргументы.

Тема 7. Невербальные константы рекламного продукта. Разработка рекламного образа для объекта продвижения. Разработка пакета фирменного стиля для объекта продвижения. Разработка композиции рекламного сообщения для объекта продвижения. понятие рекламного образа, требования к рекламному образу, основные приемы создания рекламного образа; невербалика персонажей в рекламе; семантика линий; фирменный стиль, составляющие фирменного стиля, носители фирменного стиля, понятие композиции рекламного сообщения, её функции в построении рекламного сообщения; физиологические особенности восприятия рекламного сообщения; закон ритмичности: ритм формы и ритм цвета, основные и дополнительные цветовые элементы, закон центричности, смысловой и визуальный центры; психология цвета в рекламе.

Тема 8. Разработка системы графических составляющих дизайн-концепции рекламно-выставочной среды ювелирно-художественных изделий в программе AdobePhotoshop.

Раздел 2. Выполнение проекта «Разработка дизайн-концепции рекламно-выставочного пространства ювелирно-художественных изделий».

Тема 1. Применение векторного графического редактора CorelDRAW X5 при создании рекламно-информационной продукции. Способы получения векторных изображений. Обзор программы CorelDRAW Graphics Suite X5. Интерфейс. Экран приветствия. Набор инструментов. Панель свойств. Режимы просмотра. Создание файла. Открытие файла. Сохранение файла. Работа с шаблонами. Свойства документа. Автосохранение файлов. Работа с окнами. Работа с несколькими страницами. Создание макета страницы. Выбор фона страницы. Масштабирование. Отмена, возврат и повтор действий. Использование линеек. Настройка сетки. Настройка направляющих.

Тема 2. Простые геометрические объекты. Основы линейно-конструктивного построения изображений из простых геометрических фигур. Прямоугольники. Эллипсы. Многоугольник.

Звезды. Сетки. Спирали. Стандартные. Рисование с распознаванием фигур. Размерные и выносные линии. Соединительные линии.

Тема 3. Кривые. Формирование линейно-конструктивного построения изображений рекламно-информационной продукции при помощи инструмента «Кривая Безье».

Тема 4. Основы графического моделирования. Преобразование объектов. Проектирование элементов печатной рекламы. Выделение объектов. Перемещение объектов. Расположение объектов. Копирование объектов. Дублирование объектов. Изменение размера объектов. Поворот и зеркальное отображение объектов. Создание объектов на основе выделенной области. Выравнивание и распределение объектов. Применение однородных и фонтанных заливок. Заливка узором. Заливка текстурой. Интеллектуальная заливка. Объединение и группировка объектов. Клонирование объектов.

Тема 5. Работа с текстом в программе CorelDRAW X5. Современная шрифтовая культура при создании рекламно-информационной продукции. Создание простого текста. Создание фигурного текста. Рамки для текста. Импорт и вставка текста. Форматирование текста. Связанные текстовые рамки. Выравнивание текста. Обтекание изображения текстом. Расположение текста вдоль пути. Орфография и грамматика.

Тема 6. Макетирование рекламно-информационной продукции: бирка, визитка, листовка, буклет, рекламный плакат.

Тема 7. Подготовка макетов рекламно-информационной продукции для печати.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Форма контроля
<i>Семестр 2</i>				
1.	Раздел 1. Структура креативного рекламного продукта		33,75	
1.1	Цели и задачи рекламы на современном этапе развития общества.	Изучение материалов лекции.	2	Собеседование
1.2	Определение видов рекламы, их принципиальное отличие.	Презентация	2	Защита презентации
1.3	Принципы организации рекламного процесса.	Изучение материалов лекции.	2	Письменный опрос
1.4	Выбор объекта продвижения для группового проекта.	Изучение материалов лекции.	2	Собеседование
1.5	Средства креативного рекламного продукта.	Изучение материалов лекции.	2	Письменный опрос
1.6	Вербальные средства рекламного продукта.	Реферат	2	Защита реферата
1.7	Невербальные константы рекламного продукта.	Этапы проектирования рекламно-информационной продукции.	13	Проверка индивидуальных творческих заданий
1.8	Разработка системы графических составляющих дизайн-концепции рекламно-выставочной среды ювелирно-художественных изделий.	Этапы проектирования рекламно-информационной продукции.	8,75	Проверка индивидуальных творческих заданий
2.	Раздел 2. Выполнение проекта «Разработка дизайн-концепции рекламно-выс-		32	

	тавочного пространства ювелирно-художественных изделий».			
2.7	Подготовка макета рекламной информационной продукции для печати.	Этапы проектирования рекламной информационной продукции.	2	Проверка индивидуальных творческих заданий
2.8	Подготовка к зачету:	Создание портфолио Вопросы к зачету	30	Вопросы к зачету
2.9	Итого за 2 семестр:		65,75	
	ИТОГО:		65,75	

6.2. Тематика и задания для практических занятий

Раздел 1. Структура креативного рекламного продукта

1. Разработка графических элементов фирменного стиля для ювелирного предприятия в программе Adobe Photoshop
2. Разработка визитки в программе Adobe Photoshop
3. Разработка логотипа для ювелирного предприятия в программе Adobe Photoshop
4. Разработка рекламной листовки в программе Adobe Photoshop
5. Разработка ситилайт в программе Adobe Photoshop
6. Разработка обложки DVD-диска в программе Adobe Photoshop
7. Разработка пригласительного в программе Adobe Photoshop
8. Разработка рекламного буклета в программе Adobe Photoshop
9. Разработка афиши в программе Adobe Photoshop
10. Разработка флаера в программе Adobe Photoshop
11. Разработка рекламной растяжки в программе Adobe Photoshop
12. Разработка афиши в программе Adobe Photoshop
13. Разработка штендера в программе Adobe Photoshop

Раздел 2. Выполнение проекта «Разработка дизайн-концепции рекламного выставочного пространства ювелирно-художественных изделий».

1. Разработка графических элементов рекламной информационной продукции из простых геометрических фигур в программе Corel Draw X5;
2. Разработка графических элементов рекламной информационной продукции при помощи инструмента «Кривая Безье» в программе Corel Draw X5;
3. Разработка сложных графических элементов рекламной информационной продукции путем преобразования геометрических фигур в программе Corel Draw X5;
4. Разработка сложных графических элементов рекламной информационной продукции при помощи преобразования шрифтовых построений в программе Corel Draw X5;
5. Макетирование рекламной информационной продукции для предприятия.
6. Подготовка макета рекламной информационной продукции для печати.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
а) основная:	
1. Макарова, Т.В. Компьютерные технологии в сфере визуальных коммуникаций: работа с растровой графикой в Adobe Photoshop : учебное пособие / Т.В. Макарова ; Минобрнауки России, Федеральное государ-	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443143

<p>ственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет». - Омск : Издательство ОмГТУ, 2015. - 240 с. : ил. - Библиогр.: с. 231. - ISBN 978-5-8149-2115-4 ; То же</p>	
<p>2. Молочков, В.П. Adobe Photoshop CS6 / В.П. Молочков. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 339 с.</p>	<p>http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429052</p>
<p>3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01525-5 ; То же [Электронный ресурс].</p>	<p>http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010</p>
<p>4. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. - Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. - 150 с. : схем., табл., ил. - ISBN 978-5-8154-0357-4 ; То же</p>	<p>http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589</p>
<p>б) дополнительная:</p>	
<p>5. Колодий-Тяжов Л.А. Обработка фотографий ювелирных изделий посредством программы Adobe Photoshop CS5. (Учебно-методическое пособие). Кострома, КГУ, 2017 г.</p>	<p>Электронная библиотека КГУ</p>
<p>6. Лепская, Н.А. Художник и компьютер : учебное пособие / Н.А. Лепская. - Москва : Когито-Центр, 2013. - 172 с. - ISBN 978-5-89353-395-8 ; То же [Электронный ресурс].</p>	<p>http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=145067</p>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Информационно-образовательные ресурсы:

1. Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL: <http://vsegost.com/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн – <http://biblioclub.ru>

Наименование специальных помещений и	Оснащенность специальных помещений и помеще-	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизи-
--------------------------------------	--	---

помещений для самостоятельной работы	ний для самостоятельной работы	ты подтверждающего документа
<p>Ж-216 Компьютерный класс 3D моделирования</p>	<p>Рабочие места студентов: стол – 10 шт., стулья – 19 шт. Сейф металлический – 1 шт. Оборудование для проведения занятий: Бл.сис. DEPO Neos280 – 7 шт.; Монитор Dell E2216H – 7 шт.; С/блок ПК R-Style Proxima MC 731 P4 D945 – 5 шт.; Монитор LCD 19” Acer AL1916Cs – 5 шт.; Планшет Wacom Bamboo Fun Pen&Touch CTH-670S-RUPL – 3 шт.; Планшет для рисования Wacom Intuos – 14 шт. Технические средства обучения: LED-панель LG 43LW340C – 1 шт.</p>	<p>Microsoft Windows XP Professional, версия 2002 ServicePack3 76456-642-8256356-23551 915 лицензий; Microsoft Windows 8,1 Pro Код продукта 00261-80362-94811-AA387 (7 лицензий); Autodesk 3ds Max 2014 0A8A3F6D-5928-49EE-9EEC-DBFC477B4303 (15 лицензий); CorelDRAW Graphics Suite X5 1F0B160A-4131-4E4B-8503-384C84CF44D5 (50 лицензий); Adobe Photoshop CS5.1 9158FF30-78D7-40EF-B83E-451AC5334640 (25 лицензий); Rhinoceros 4 for Windows Commercial License Key: 4-1401-0104-100-0003939-14322 (15 лицензий); Blender 2.79.0 7AA4464B-AA1C-4B37-BF48-1C090A422145; Avast Business Security Free Commander 2009.02b, GIMP 2.8.14; Inkscape 0.48.5; IrfanView (remove only); Mathcad 15 M030, Version: 15.0.3.0, Publisher: PTC; Open Office 4.1.1; PDF Creator, Version: 2.1.2; PDF-Viewer, Version: 2.5.311; VLC media player, Version: 2.2.1; COMODO_Antivirus_8; Autodesk Material Library Base Resolution Image Library 2013, Version: 3.0.13; Corel Graphics - Windows Shell Extension, Version: 15.0.0.515, MB; Corel DRAW Graphics Suite X5 - Extra Content; Corel DRAW(R) Graphics Suite X5, Version: 15.0.0.488; Autodesk Revit Interoperability for 3ds Max and 3ds Max Design 2013 32-bit, Version: 1.0.0.1, Blender, Version: 2.65a-release; Mathcad 15 M010, Version: 15.0.1.0, Microsoft Office –стандартный выпуск версии 2003, Version: 11.0.8173.0, Product key: XB8YC-W8G4K-DXTPR-VGXDG-BWKVW, Microsoft Visual Studio Tools for Applications 2.0 - ENU, Version: 9.0.30729, Open Office 4.0.1, Version: 4.01.9714, PDF-Viewer, Version: 2.5.201.0; Pro/ENGINEER Release Wildfire 4.0 Datecode M220, Version: Wildfire 4.0, Publisher: PTC; PTC License Server Release 5.0 Datecode M070, Version: 5.0, Publisher: PTC; Python 2.6.6, Version: 2.6.6150, Publisher: Python Software Foundation, Install date: 2014-09-03, Size: 49,8 MB; Rhinoceros 4.0 SR9, Version: 4.0.60309, Publisher: Robert McNeel& Associates, Install date: 2014-01-15, Size: 209,4 MB; КОМПАС-3D V15 – Машиностроительная конфигурация, Version: 15.0.0, Publisher: АСКОН, Install date: 2014-09-03, Size: 397,6 MB; КОМПАС-3D V15, Version: 15.0.0, Publisher: АСКОН, Install date: 2014-09-03, Size: 1,4 GB; Version: 12.0.6514.5001, Справочник конструктора. Редакция 4., Version: 1.4, Publisher: АСКОН, Install date: 2014-09-03, Size: 257,2 MB; Autodesk Education Master Suite 2013; ZBrush 4R7 Win Academic License.</p>