

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 17:15:36
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН
 М.Л. Белоножко
«28» 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Креативные технологии в информационном пространстве

направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Цифровые коммуникации и новые медиа

форма обучения: очная / заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8. 06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Цифровые коммуникации и новые медиа к результатам освоения дисциплины «Креативные технологии в информационном пространстве»

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления
Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:

О.В. Третьякова, доцент кафедры МиМУ, к.с.н, доцент



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Сформировать у обучающихся знание, умение и навыки осуществления креативных технологий в информационном пространстве.

Основными задачами изучения курса являются:

1. Оценивать последствия профессиональной деятельности при продвижении продукции в информационном пространстве.
2. Прогнозирование возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений при продвижении в информационном пространстве.
3. Обоснование формирования креативной технологии как фактора успешной работы рекламного агентства.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Креативные технологии в информационном пространстве» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать следующие разделы ФГОС: «Теория массовых коммуникаций»; «Современная медиаиндустрия».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- маркетинговых технологий используемых в информационном пространстве;
- основ внутренней поисковой оптимизации информации.

Умения:

- использовать современные информационно-коммуникационные технологии в информационном пространстве;
- интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций в информационном пространстве.

Владение:

- навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ в информационном пространстве;
- навыками использования маркетинговых технологий и инструментов в информационном пространстве.

Содержание дисциплины «Креативные технологии в информационном пространстве» служит основой для освоения дисциплин: «Медиа технологии в современных коммуникациях», «Управление интегрированными коммуникациями».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК) | Код и наименование результата обучения по дисциплине |
|--|--|---|
| 1 | 2 | 3 |
| ПКС-3. Способность принимать участие в поиске и | Знать ПКС-3. 3.3.1. знает принципы копирайтинга и рерайта | ПКС-3. 3.3.1. знает принципы копирайтинга и рерайта при разработке материалов в |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК) | Код и наименование результата обучения по дисциплине |
|---|---|--|
| 1 | 2 | 3 |
| анализе информации, определении структуры и создании контента | | информационном пространстве |
| | Уметь ПКС-3. У.3.1. Умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком ПКС-3. У.3.2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты | ПКС-3. У.3.1. Умеет писать тексты для цифровой среды ПКС-3. У.3.2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве |
| | Владеть ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) ПКС-3. В.3.2. Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) | ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды ПКС-3. В.3.2. Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий |

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

| Форма обучения | Курс/ семестр | Аудиторные занятия/контактная работа, час. | | | Самостоятельная работа, час. | Форма промежуточной аттестации |
|----------------|---------------|--|----------------------|----------------------|------------------------------|--------------------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные занятия | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| очная | 1/2 | 34 | 17 | - | 30+27 | Экзамен, курсовая работа |
| заочная | 1/2 | 8 | 8 | - | 83+9 | Экзамен, курсовая работа |

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

| № п/п | Структура дисциплины | | Аудиторные занятия, час. | | | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК | Оценочные средства |
|-------|----------------------|---|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|--------------------------------|--------------------|
| | Номер раздела | Наименование раздела | Л. | Пр. | Лаб. | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 1 | Коммуникационные технологии в информационном пространстве | 8 | 2 | - | 7 | 17 | ПКС-2. 3.2.3. ПКС-3. 3.3.9. | Собеседование |
| 2 | 2 | Продвижение продукции СМИ в информационном | 8 | 4 | - | 7 | 19 | ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. | Собеседование |

| № п/п | Структура дисциплины | | Аудиторные занятия, час. | | | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК | Оценочные средства |
|--------|----------------------|---|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|---|----------------------------|
| | Номер раздела | Наименование раздела | Л. | Пр. | Лаб. | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | пространстве | | | | | | ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7. | |
| 3 | 3 | Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта | 8 | 2 | - | 7 | 17 | ПКС-2. 3.2.3. ПКС-3. 3.3.9. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7. | Собеседование, презентация |
| 4 | 4 | Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве | 10 | 9 | - | 9 | 28 | ПКС-2. В.2.1. ПКС-2. В.2.2. ПКС-2. В.2.4. ПКС-3. В.3.6. ПКС-3. В.3.7. | Собеседование, презентация |
| 5 | Экзамен | | - | - | - | 27 | 27 | ПКС-2. 3.2.3. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-2. В.2.1. ПКС-2. В.2.2. ПКС-2. В.2.4. ПКС-3. 3.3.9. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7. ПКС-3. В.3.6. ПКС-3. В.3.7. | Экзаменационные вопросы |
| Итого: | | | 34 | 17 | - | 57 | 108 | | |

заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.2

| № п/п | Структура дисциплины | | Аудиторные занятия, час. | | | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК | Оценочные средства |
|-------|----------------------|---|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|--|----------------------------|
| | Номер раздела | Наименование раздела | Л. | Пр. | Лаб. | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 1 | Коммуникационные технологии в информационном пространстве | 2 | 2 | - | 20 | 24 | ПКС-2. 3.2.3. ПКС-3. 3.3.9. | Собеседование |
| 2 | 2 | Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве | 2 | 2 | - | 20 | 24 | ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7. | Собеседование |
| 3 | 3 | Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта | 2 | 2 | - | 20 | 24 | ПКС-2. 3.2.3. ПКС-3. 3.3.9. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7. | Собеседование, презентация |
| 4 | 4 | Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве | 2 | 2 | - | 23 | 27 | ПКС-2. В.2.1. ПКС-2. В.2.2. ПКС-2. В.2.4. ПКС-3. В.3.6. ПКС-3. В.3.7. | Собеседование, презентация |
| 5 | Экзамен | | - | - | - | | 9 | ПКС-2. 3.2.3. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-2. В.2.1. ПКС-2. В.2.2. | Экзаменационные вопросы |

| № п/п | Структура дисциплины | | Аудиторные занятия, час. | | | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК | Оценочные средства |
|--------|----------------------|----------------------|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|---|--------------------|
| | Номер раздела | Наименование раздела | Л. | Пр. | Лаб. | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | ПКС-3. 3.3.9. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7. ПКС-3. В.3.6. ПКС-3. В.3.7. | |
| Итого: | | | 8 | 8 | - | 83 | 108 | | |

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Коммуникационные технологии в информационном пространстве».

Понятие коммуникационных технологий. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Цели коммуникационных технологий в информационном пространстве.

Раздел 2. «Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве».

Процесс продвижения продукции. Целевая аудитория. Маркетинговая составляющая рекламного сообщения. Креатив и стратегия рекламы.

Раздел 3. «Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта».

Проблема решения творческих задач в продвижении продукции. Бренд-концепция (brand character - характер бренда, brand essence - сущность бренда) и ее элементы. Нестандартная реклама, ее типы и задачи. Эпатажная реклама. Юмор в рекламе.

Раздел 4. «Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве».

Выбор маркетинговых технологий и инструментов продвижения продукции. Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ. Разработка рекламных материалов.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. | | | Тема лекции |
|-------|--------------------------|-------------|-----|------|---|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | 1 | 8 | 2 | - | Коммуникационные технологии в информационном пространстве |
| 2 | 2 | 8 | 2 | - | Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве |
| 3 | 3 | 8 | 2 | - | Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке |

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. | | | Тема лекции |
|--------|--------------------------|-------------|-----|------|---|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | рекламного продукта |
| 4 | 4 | 10 | 2 | - | Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве |
| Итого: | | 34 | 8 | X | |

Практические занятия

Таблица 5.2.2

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. | | | Тема практического занятия |
|--------|--------------------------|-------------|-----|------|---|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | 1 | 2 | 2 | - | Коммуникационные технологии в информационном пространстве |
| 2 | 2 | 3 | 2 | - | Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве |
| 3 | 3 | 2 | 2 | - | Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта |
| 4 | 4 | 9 | 2 | - | Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве |
| Итого: | | 17 | 8 | X | X |

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем, час. | | | Тема | Вид СРС |
|-------|--------------------------|-------------|-----|-----|---|--|
| | | ОФО | ЗФО | ОФО | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | 1 | 7 | 20 | - | Коммуникационные технологии в информационном пространстве | Подготовка к собеседованию |
| 2 | 2 | 7 | 20 | - | Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве | Подготовка к собеседованию |
| 3 | 3 | 7 | 20 | - | Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта | Подготовка к собеседованию Подготовка презентации |
| 4 | 4 | 9 | 23 | - | Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве | Подготовка к собеседованию Подготовка презентации |

| | | | | | | |
|--------|-----|----|----|---|---|-----------------------|
| 5 | 1-4 | 27 | | - | - | Подготовка к экзамену |
| Итого: | | 57 | 83 | X | X | X |

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
-
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

6.2. Тематика курсовых работ

1. Креативные технологии в продвижении продукции
2. Изобразительные методы продвижения продукции в информационном пространстве
3. Современные технологии продвижения продукции в информационном пространстве
4. Анимированные GIF изображения в продвижении продукции
5. Социальные сети в продвижении продукции
6. Современные презентации при продвижении продукции в информационном пространстве
7. Веб-сайт как технология продвижения продукции в информационном пространстве
8. Стереотипизация в продвижении продукции
9. Создание рекламного образа
10. Брендинг как технология продвижения продукции
11. Нестандартная реклама, ее типы и задачи
12. Особенности использования юмора в рекламе
13. Эпатажная реклама в продвижении продукции
14. Креатив и потребности целевой аудитории
15. Маркетинговая составляющая продвижения в информационном пространстве

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

| № п/п | Виды мероприятий в рамках текущего контроля | Количество баллов |
|------------------------------------|---|-------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 текущая аттестация | | |
| 1.1 | Собеседование по теме 1 | 15 |
| 1.2 | Собеседование по теме 2 | 15 |
| ИТОГО за первую текущую аттестацию | | 30 |
| 2 текущая аттестация | | |
| 2.1 | Готовая презентация по теме 3 | 15 |
| 2.2 | Собеседование по теме 3 | 15 |
| ИТОГО за вторую текущую аттестацию | | 30 |

| № п/п | Виды мероприятий в рамках текущего контроля | Количество баллов |
|----------------------|---|-------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 3 текущая аттестация | | |
| 3.1 | Готовая презентация по теме 4 | 25 |
| 3.2 | Собеседование по теме 4 | 15 |
| | ИТОГО за третью текущую аттестацию | 40 |
| | ВСЕГО | 100 |

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

| № п/п | Виды мероприятий в рамках текущего контроля | Количество баллов |
|-------|---|-------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| 1.1 | Собеседование по теме 1 | 15 |
| 1.2 | Собеседование по теме 2 | 15 |
| 2.1 | Готовая презентация по теме 3 | 15 |
| 2.2 | Собеседование по теме 3 | 15 |
| 3.1 | Готовая презентация по теме 4 | 25 |
| 3.2 | Собеседование по теме 4 | 15 |
| | ВСЕГО | 100 |

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

| № п/п | Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины | Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование) |
|-------|---|--|
| 1 | Персональные компьютеры | Проектор, экран |

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений магистратуры, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 26с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Креативные технологии в информационном пространстве
 Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
 Программа: Цифровые коммуникации и новые медиа

| Код компетенции | Код и наименование результата обучения по дисциплине | Критерии оценивания результатов обучения | | | |
|--|---|--|---|---|---|
| | | 1-2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| ПКС-3. Способность принимать участие в поиске и анализе информации, определении структуры и создании контента | ПКС-3. 3.3.1. знает принципы копирайтинга и рерайта при разработке материалов в информационном пространстве | Не знает принципы копирайтинга и рерайта при разработке материалов в информационном пространстве | Демонстрирует отдельные знания принципов копирайтинга и рерайта при разработке материалов в информационном пространстве | Демонстрирует достаточные знания принципов копирайтинга и рерайта при разработке материалов в информационном пространстве | Демонстрирует исчерпывающие знания принципов копирайтинга и рерайта при разработке материалов в информационном пространстве |
| | ПКС-3. У.3.1. Умеет писать тексты для цифровой среды | Не умеет писать тексты для цифровой среды | Частично умеет писать тексты для цифровой среды | Умеет писать тексты для цифровой среды | В совершенстве умеет писать тексты для цифровой среды |
| | ПКС-3. У.3.2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве | Не умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве | Частично умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве | Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве | В совершенстве умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве |
| | ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды | Не владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды | Частично владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды | Хорошо владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды | В совершенстве владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды |

| Код компетенции | Код и наименование результата обучения по дисциплине | Критерии оценивания результатов обучения | | | |
|-----------------|---|--|--|--|--|
| | | 1-2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | ПКС-3. В.3.2. Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий | Не владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий | Частично владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий | Хорошо владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий | В совершенстве владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий |

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Креативные технологии в информационном пространстве

Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Цифровые коммуникации и новые медиа

| № п/п | Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания | Количество экземпляров в БИК | Контингент обучающихся, использующих указанную литературу | Обеспеченность обучающихся литературой, % | Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-) |
|-------|--|------------------------------|---|---|---|
| | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 110 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/68441.html | ЭР | 15 | 100 | + |
| 2 | Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Кириллова Н. Б. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. - 184 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/68440.htm 1 | ЭР | 15 | 100 | + |

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоношко

Директор БИК

 Д.Х. Каюкова