

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Вятский государственный университет»  
(ВятГУ)  
г. Киров

Утверждаю  
Директор/Декан Соболева О. Н.

Номер регистрации  
РПД\_3-38.03.02.02\_2019\_102161  
Актуализировано: 25.03.2021

**Рабочая программа дисциплины  
Управление маркетингом проекта**

наименование дисциплины

Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02 шифр
	Менеджмент МиС наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.02 шифр
	Управление проектами наименование
Формы обучения	Заочная, Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование

## **Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины**

Кислицына Валентина Васильевна

ФИО

---

## Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Целью дисциплины является овладении принципами и методами маркетингового управления в сфере проектной деятельности, принятия стратегических, тактических и оперативных решений в условиях функционирования рынка продуктов и услуг.
Задачи дисциплины	<p>1) изучение современной управленческой концепции, основных теоретических и методологических положений управления маркетингом в проектной деятельности;</p> <p>2) формирование знания разработки и реализации маркетинговых стратегий, планов и программ маркетинга (ценовой, товарной, коммуникационной, сбытовой политики);</p> <p>3) ознакомление с процессами организации маркетинговой деятельности, построением организационных маркетинговых структур, функциями и должностными обязанностями специалистов служб маркетинга;</p> <p>4) формирование умений использования современных технологий, методических приемов и процедур для принятия маркетинговых решений на стратегическом уровне и оперативном уровне, разработки планов и осуществления контроля маркетинговой деятельности в проектном управлении.</p>

### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

#### **Компетенция ПК-1**

владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

Знает	Умеет	Владеет
основные теории мотивации, поведения потребителей, лидерства и власти, принципы групповой динамики; принципы формирования команды для решения маркетинговых стратегических и оперативных управленческих проектов, маркетинговые коммуникации в организационной культуре предприятия	организовывать работу команды маркетингового проекта, проводить аудит человеческих ресурсов при организации маркетинговых коммуникаций в проекте; осуществлять диагностику организационной и маркетинговой культуры	навыками использования основных теорий мотивации, поведения потребителей, лидерства и власти для решения маркетинговых стратегических и оперативных управленческих проектов; навыками организации групповой работы; навыками проведения аудита человеческих ресурсов при организации маркетинговых коммуникаций в проекте и

		осуществления диагностики организационной и маркетинговой культуры
--	--	--

### Компетенция ПК-3

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

Знает	Умеет	Владеет
основные понятия, категории и инструменты стратегического анализа, содержание стратегии проектной деятельности организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности, теоретические и практические подходы к разработке стратегии	проводить стратегический анализ внешней и внутренней маркетинговой среды проекта, выявлять ее ключевые элементы, возможности и угрозы, оценивать их влияние на результаты разработки и реализации проекта	способностью к восприятию и обобщению маркетинговой информации, полученной в процессе стратегического анализа, навыками применения инструментов маркетинга для разработки стратегии, направленной на обеспечение конкурентоспособности проекта и организации

**Структура дисциплины**  
**Тематический план**

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Управление маркетингом в рамках управления проектами	ПК-1, ПК-3
2	Маркетинговые исследования	ПК-3
3	Разработка концепции и маркетинговой стратегии проекта	ПК-3
4	Разработка программы и реализация маркетинга проекта	ПК-1
5	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-1, ПК-3

**Формы промежуточной аттестации**

Зачет	5 семестр (Очная форма обучения) 7 семестр (Заочная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)

### Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	5	252	7	169	108	54	54	0	83		5	
Заочная форма обучения	3, 4	6, 7	252	7	12.5	12	6	6	0	239.5		7	

## **Содержание дисциплины**

### **Очная форма обучения**

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
	<b>Раздел 1 «Управление маркетингом в рамках управления проектами»</b>	<b>48.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Управление маркетингом в рамках управления проектами	4.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Этапы процесса управления маркетингом	4.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
C1.1	Подготовка к практическим занятиям	
C1.2	Подготовка к практическим занятиям	30.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
KBP1.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
<b>Раздел 2 «Маркетинговые исследования»</b>		
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Структура маркетинговых исследований	6.00
Л2.2	Маркетинговая информационная система	4.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Разработка плана проведения исследований	4.00
П2.2	Формирование объема выборки	4.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
C2.1	Подготовка к практическим занятиям	
C2.2	Подготовка к практическим занятиям	17.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
KBP2.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
<b>Раздел 3 «Разработка концепции и маркетинговой стратегии проекта»</b>		
<b>Лекции</b>		
Л3.1	Концепции управления маркетингом	4.00
Л3.2	Маркетинговая стратегия проекта	4.00
Л3.3	Основы стратегического анализа	4.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П3.1	Сегментирование рынка и позиционирование товара	4.00
П3.2	Методы стратегического анализа	6.00
П3.3	Стратегии маркетинга	4.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
C3.1	Подготовка к практическим занятиям	14.00
C3.2	Подготовка к практическим занятиям	
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
KBP3.1	Контактная внеаудиторная работа	16.00
<b>Раздел 4 «Разработка программы и реализация маркетинга проекта»</b>		
		<b>95.00</b>

<b>Лекции</b>		
Л4.1	Управление товарной политикой в проектной деятельности	6.00
Л4.2	Управление ценовой политикой в проектной деятельности	6.00
Л4.3	Управление политикой распределения в проектной деятельности	6.00
Л4.4	Управление политикой продвижения в проектной деятельности	6.00
Л4.5	Организационные структуры маркетинга	2.00
Л4.6	Контроль и маркетинговый аудит	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П4.1	Управленческие решения в реализации товарной политики	6.00
П4.2	Управленческие решения в реализации ценовой политики	6.00
П4.3	Управленческие решения в реализации политики распределения	6.00
П4.4	Управленческие решения в реализации политики продвижения	6.00
П4.5	Построение организационных структур маркетинга	2.00
П4.6	Контроль и аудит маркетинга в проектной деятельности	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
C4.1	Подготовка к практическим занятиям	18.50
C4.2	Подготовка к практическим занятиям	
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
KBP4.1	Контактная внеаудиторная работа	20.50
<b>Раздел 5 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		
35.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
KBP5.1	Сдача зачета	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>252.00</b>

### **Заочная форма обучения**

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Управление маркетингом в рамках управления проектами»</b>		<b>36.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Управление маркетингом в рамках управления проектами	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
P1.1	Этапы процесса управления маркетингом	
<b>Самостоятельная работа</b>		
C1.1	Подготовка к практическим занятиям	30.00
C1.2	Подготовка к практическим занятиям	6.00

<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
KBP1.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 2 «Маркетинговые исследования»</b>		<b>48.00</b>
<b>Лекции</b>		
L2.1	Структура маркетинговых исследований	
L2.2	Маркетинговая информационная система	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
P2.1	Разработка плана проведения исследований	
P2.2	Формирование объема выборки	
<b>Самостоятельная работа</b>		
C2.1	Подготовка к практическим занятиям	8.00
C2.2	Подготовка к практическим занятиям	40.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
KBP2.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 3 «Разработка концепции и маркетинговой стратегии проекта»</b>		<b>70.00</b>
<b>Лекции</b>		
L3.1	Концепции управления маркетингом	
L3.2	Маркетинговая стратегия проекта	
L3.3	Основы стратегического анализа	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
P3.1	Сегментирование рынка и позиционирование товара	
P3.2	Методы стратегического анализа	
P3.3	Стратегии маркетинга	
<b>Самостоятельная работа</b>		
C3.1	Подготовка к практическим занятиям	60.00
C3.2	Подготовка к практическим занятиям	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
KBP3.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 4 «Разработка программы и реализация маркетинга проекта»</b>		<b>94.00</b>
<b>Лекции</b>		
L4.1	Управление товарной политикой в проектной деятельности	2.00
L4.2	Управление ценовой политикой в проектной деятельности	2.00
L4.3	Управление политикой распределения в проектной деятельности	
L4.4	Управление политикой продвижения в проектной деятельности	
L4.5	Организационные структуры маркетинга	
L4.6	Контроль и маркетинговый аудит	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
P4.1	Управленческие решения в реализации товарной политики	2.00
P4.2	Управленческие решения в реализации ценовой политики	2.00
P4.3	Управленческие решения в реализации политики	2.00

	распределения	
П4.4	Управленческие решения в реализации политики продвижения	
П4.5	Построение организационных структур маркетинга	
П4.6	Контроль и аудит маркетинга в проектной деятельности	
<b>Самостоятельная работа</b>		
C4.1	Подготовка к практическим занятиям	76.00
C4.2	Подготовка к практическим занятиям	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
KBP4.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 5 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>4.00</b>
35.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
KBP5.1	Сдача зачета	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>252.00</b>

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

## **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся ознакомлены на официальном сайте университета [www.vyatsu.ru](http://www.vyatsu.ru).

**Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине**

**Учебная литература (основная)**

- 1) Кислицына, Валентина Васильевна Управление маркетингом : учеб. для студентов направления 38.03.02 / В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Текст : электронный.Ч. 1 Управление маркетингом на корпоративном и функциональном уровнях. - [Б. м. : б. и.]. - 2019. - 180 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 13.07.2018). - Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 2) Данько, Тамара Петровна. Управление маркетингом : Учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. - 4-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 521 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-01588-1 : 1189.00 р. - URL: <https://urait.ru/bcode/450105> (дата обращения: 08.05.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.
- 3) Кислицына, Валентина Васильевна Управление маркетингом : учебник для студентов направления 38.03.02 "Менеджмент" / В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ. - Текст : электронный.Ч. 2 : Управление маркетингом на инструментальном уровне. - 2020. - 336 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 08.07.2019). - Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 4) Кислицына, Валентина Васильевна Управление маркетингом : учебник для студентов направления 38.03.02 "Менеджмент" / В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ. - Текст : электронный.Ч. 3 : Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности. - 2020. - 140 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 08.07.2019). - Режим доступа: для авториз. пользователей.

**Учебная литература (дополнительная)**

- 1) Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я / Р. Ньютон. - 7-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 180 с. - ISBN 978-5-9614-5379-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=81655/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 2) Зуб, Анатолий Тимофеевич. Управление проектами : учебник и практикум для акад. бакалавриата / А. Т. Зуб ; МГУ им. М. В. Ломоносова. - Москва : Юрайт, 2017. - 421 с. : рис. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 420-422. - ISBN 978-5-534-00725-1 : 836.34 р. - Текст : непосредственный.
- 3) Липсиц, Игорь Владимирович. Маркетинг-менеджмент : Учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц, С. П. Казаков, Н. Р. Коро, Л. С. Латышова [и др.]. - Москва : Юрайт, 2020. - 379 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-01165-4 : 889.00 р.

- URL: <https://urait.ru/bcode/450381> (дата обращения: 08.05.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

4) Менеджмент и маркетинг : методические указания для практических занятий и выполнения самостоятельной работы. - Новочеркасск : Новочерк. инж.-мелиор. ин-т Донской ГАУ, 2020. - 78 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/148545> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

### **Учебно-методические издания**

1) Кислицына, Валентина Васильевна. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов по дисциплине "Управление маркетингом проекта" : учебно-метод. пособие для бакалавров, обучающихся по направлению 38.03.02 "Менеджмент" всех профилей и форм обучения / В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2019. - 32 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 18.12.2018). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

2) Кислицына, Валентина Васильевна. Управление маркетингом проекта : учебно-методическое пособие по выполнению практических заданий по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент", профиль "Управление проектами" / В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2020. - 52 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 10.01.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

### **Учебно-наглядное пособие**

1) Журавлева, Н. Ю. Маркетинг : учебно-наглядное пособие / Н. Ю. Журавлева, С. А. Кирюшин. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2018. - 66 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/144713> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Фокина, Ольга Васильевна. Управление маркетингом проекта : учебное наглядное пособие для обучающихся направления 38.03.02 "Менеджмент" профиль "Управление проектами" всех форм обучения / О. В. Фокина, В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 37 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

### **Электронные образовательные ресурсы**

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: [https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program\\_ID=3-38.03.02.02](https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.02)

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>

4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

## **Электронные библиотечные системы (ЭБС)**

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru))
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

## **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

## **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

### **Демонстрационное оборудование**

Перечень используемого оборудования
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-A141

**Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)**

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертаций и авторефераторов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:  
[https://www.vyatsu.ru/php/list\\_it/index.php?op\\_id=102161](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=102161)