

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\_3-38.03.02.04\_2018\_86264  
Актуализировано: 26.03.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Поведение потребителей**

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02
	шифр
	Менеджмент МиС
	наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.04
	шифр
	Маркетинг
	наименование
Формы обучения	Очная
	наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование

Киров, 2018 г.

## Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Фокина Ольга Васильевна

---

ФИО

Соловьёва Анастасия Васильевна

---

ФИО

## Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Целью изучения дисциплины «Поведение потребителей» является формирование комплекса знаний о потребителях, потребностях, факторах, влияющих на потребителя, умений исследовать потребности (спрос) потребителей и навыков анализов ситуации на конкурентном рынке.
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить характеристику личности потребителя, факторы, влияющие на потребителя для разработки стратегии организации, обеспечивающей конкурентоспособность предприятия;</li> <li>- рассмотреть процесс принятия решения потребителем о покупке для возможности анализа взаимосвязи со стратегиями компаний и подготовки сбалансированных управленческих решений;</li> <li>- оценить мотивы потребителей, значение консьюмеризма, типы покупательского поведения для разработки проекта или программы внедрения технологических и продуктовых инноваций или программы организационных изменений.</li> </ul>

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

#### Компетенция ПК-2

владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной сфере		
Знает	Умеет	Владеет
основные теории мотивации, поведения потребителей; способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций проекта на основе современных технологий управления персоналом; особенности проектирования коммуникаций межличностных, групповых и организационных коммуникаций, в том числе в межкультурной сфере	решать конфликтные ситуации при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций проекта на основе современных технологий управления персоналом; выстраивать межличностные коммуникации, в том числе в межкультурной сфере	навыками использования основных теорий мотивации, поведения потребителей; навыками использования методов разрешения конфликтных ситуаций ситуации при проектировании межличностных и организационных коммуникаций проекта на основе современных технологий управления персоналом

#### Компетенция ПК-6

способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений		
Знает	Умеет	Владеет

<p>теоретические основы управления проектами в маркетинге, процесс разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций; технологии проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия управленческих решений в процессе разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций</p>	<p>применять разные подходы к управлению проектами в маркетинге; организовать процесс разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций; применять технологии проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия управленческих решений в процессе разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций</p>	<p>навыками качественной организации работы с потребителем</p>
--	---	--

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

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Система потребительского поведения при разработке и реализации конкурентоспособной маркетинговой стратегии предприятия	ПК-2, ПК-6
2	Изучение и оценка факторов, влияющих на поведение потребителя в процессе маркетинговой коммуникации в программах организационных изменений и внедрений инновационных технологий управления маркетингом проекта	ПК-2, ПК-6
3	Инструменты и методы исследования поведения потребителей в цифровой среде	ПК-6
4	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-2, ПК-6

**Формы промежуточной аттестации**

Зачет	3 семестр (Очная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная 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	2	3	180	5	107.5	54	18	36	0	72.5		3	

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Система потребительского поведения при разработке и реализации конкурентоспособной маркетинговой стратегии предприятия»</b>		<b>55.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Потребитель и потребительское поведение. История изучения поведения потребителя	1.00
Л1.2	Потребности и намерения потребителей	1.00
Л1.3	Процесс принятия решения	2.00
Л1.4	Типы покупательского поведения	1.00
Л1.5	Подходы к формированию моделей покупательского поведения	1.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Особенности типов и моделей покупательского поведения в цифровой среде	2.00
П1.2	Диагностика потребностей и намерений потребителей	5.00
П1.3	Новейшие методики диагностики потребностей и намерений потребителей в цифровой среде в условиях глобализации	4.00
П1.4	Процесс принятия решения о покупке товара или услуги	2.00
П1.5	Особенности принятия решения о покупке в цифровой среде в условиях глобализации	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Управление поведением потребителем как фактор конкурентного преимущества на конкурентном рынке	10.00
С1.2	Процесс принятия решения о покупке товара-новинки	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	16.00
<b>Раздел 2 «Изучение и оценка факторов, влияющих на поведение потребителя в процессе маркетинговой коммуникации в программах организационных изменений и внедрений инновационных технологий управления маркетингом проекта»</b>		<b>41.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	2.00
Л2.2	Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей	1.00
Л2.3	Маркетинговые стимулы, влияющие на поведение потребителей	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Оценить ситуации с учетом процесса принятия решения потребителем (Социальный статус. Референтная группа. Домохозяйство)	1.00

П2.2	Оценить ситуации с учетом процесса принятия решения потребителем (Культура. Ценности. Демография)	1.00
П2.3	Оценить ситуации с учетом процесса принятия решения потребителем (Экономическое положение. Тип личности)	1.00
П2.4	Оценить ситуации влияния коммуникационной политики предприятия на поведение потребителей	4.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Психологические факторы влияния на поведение потребителей	7.50
С2.2	Воздействие товарной и ценовой политики на поведение потребителей	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
<b>Раздел 3 «Инструменты и методы исследования поведения потребителей в цифровой среде»</b>		<b>79.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л3.1	Основные направления изучения поведения потребителей	1.00
Л3.2	Методы и инструменты исследования покупательского поведения на конкурентном рынке	1.00
Л3.3	Методы и инструменты исследования потребителей в цифровой среде в условиях глобализации	5.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П3.1	Разработка анкеты для изучения потребностей и намерений покупателей	4.00
П3.2	Исследование стиля жизни потребителей. Исследование мнений потребителей о марках товаров	4.00
П3.3	Исследование психографических типов с сегментированием рынка и выявлением факторов влияния на процесс принятия решения о покупке	2.00
П3.4	Изучение уровня удовлетворенности запросов потребителей	4.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С3.1	Разработка анкеты для анализа покупательского поведения	12.00
С3.2	Новейшие сервисы анализа покупательского поведения в цифровой среде в условиях глобализации рынка	23.50
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	23.00
<b>Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>4.00</b>
34.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР4.1	Сдача зачета	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>180.00</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 ознакамливаются 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) Поведение потребителей. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 238 с. - ISBN 978-5-238-01280-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117714/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Сбоева, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Сбоева. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - 128 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-8158-1900-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483710/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Семилетова, Я. И. Поведение потребителей : учебное пособие / Я.И. Семилетова. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 81 с. : схем., ил. - Библиогр. в кн. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494824/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Грачева, О. Ю. Поведение потребителей: шпаргалка : учебное пособие / О.Ю. Грачева. - 2-е изд. - Саратов : Научная книга, 2020. - 32 с. : табл. - ISBN 978-5-9758-2011-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578440/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Дубровин, Игорь Александрович. Поведение потребителей : учеб. пособие / И. А. Дубровин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2010. - 311 с. - Библиогр.: с. 311. - ISBN 978-5-394-00692-0 : 200.00 р. - Текст : непосредственный.

6) Корягин, А. Е. Права потребителей: инструкция по применению от Объединения потребителей России / Рос. газета ; Рос. газета. - Москва : [б. и.], 2013. - 191 с. - (Библиотечка "Российской газеты" ; вып. 2). - 250.00 р. - Текст : непосредственный.

7) Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / Финан. ун-т при Правительстве РФ ; ред. С. В. Карпова. - Москва : Юрайт, 2017. - 456 с. : рис., ил., фото. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 376-377 (27 назв.). - ISBN 978-5-534-00354-3 : 1122.54 р. - Текст : непосредственный.

### **Учебная литература (дополнительная)**

1) Макарова, Т. Н. Поведение потребителей : практикум / Т.Н. Макарова. - М. | Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 66 с. - ISBN 978-5-4475-4621-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863/> (дата обращения:

24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Колупаев, Вячеслав Павлович. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей : видеолекция: дисциплина "Международный менеджмент" / В. П. Колупаев ; ВятГУ. - Киров : ВятГУ, [2015]. - + 1 on-line. - Загл с экрана. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/factory-vneshnego-vliyaniya-na-povedenie-potrebitelei> (дата обращения: 19.11.2015). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

3) Заушицына, Лилия Леонидовна. Поведение потребителя. Теория предельной полезности : видеолекция: дисциплина "Экономическая теория" / Л. Л. Заушицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФЭФ, каф. ЭК. - Киров : ВятГУ, [2015]. - + 1 on-line. - Загл с экрана. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/povedenie-potrebitelya-teoriya-predelnoi-poleznosti> (дата обращения: 19.11.2015). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

4) Маркетинг в XXI веке: глобализация и новые технологии : сборник статей / М. Л. Калужский. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 63 с. : схем., табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9344-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473030/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Дули, Р. Нейромаркетинг: как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули. - Минск : Попурри, 2018. - 337 с. - ISBN 978-985-15-3230-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481957/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

6) Фокина, Ольга Васильевна. Развитие концепции маркетинга покупательского опыта в условиях цифровой экономики : монография / О. В. Фокина ; ВятГУ. - Киров : Научное изд-во ВятГУ, 2018. - 135, [1] с. - 500 экз. - ISBN 978-5-98228-168-5 : Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 08.05.2018). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

#### **Учебно-методические издания**

1) Фокина, Ольга Васильевна. Основы маркетинга в цифровой экономике : учебно-методическое пособие по выполнению практических заданий для направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", профиль "Управление проектами" всех форм обучения / О. В. Фокина, В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2020. - 28 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 10.01.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

2) Тюфякова, Екатерина Сергеевна. Маркетинг : учеб.-метод. пособие по выполнению практических заданий по дисциплине "Маркетинг" для бакалавров и специалистов направлений подготовки 38.03.01 "Экономика", 38.03.02

"Менеджмент", 38.03.05 "Бизнес-информатика", 38.05.01 "Экономическая безопасность" всех форм обучения / Е. С. Тюфякова, О. В. Фокина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2019. - 104 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 18.01.2019). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

#### **Периодические издания**

1) Маркетинг в России и за рубежом : журн.. - М. : Изд-во Финпресс. - Выходит раз в два месяца. - ISSN 1028-5849. - Текст : непосредственный.

#### **Учебно-наглядное пособие**

1) Исследование рынка : учебное наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", всех форм и профилей обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ ; сост. О. В. Фокина. - Киров : ВятГУ, 2021. - 27 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

2) Основы маркетинга в цифровой экономике : учебное наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", всех форм и профилей обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ ; сост. О. В. Фокина. - Киров : ВятГУ, 2021. - 56 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=3-38.03.02.04](https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.04)

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/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

## Материально-техническое обеспечение дисциплины

### Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
НОУТБУК Acer Aspire 5920G



**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 диссертация и авторефератов 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=86264](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=86264)