

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\_93516  
Актуализировано: 26.03.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Маркетинг взаимоотношений**

	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	Овладение слушателями программы теоретико-методологических основами и практическими навыками в области маркетинга взаимоотношений. Развитие способностей искать, анализировать, принимать взвешенные решения относительно рынков сбыта, продуктов, методов продвижения и ценообразования для успешного функционирования фирмы и удовлетворения потребностей потребителей.
Задачи дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выработать представление о теории и практике, содержании и ключевых инструментах маркетинга взаимоотношений</li> <li>2. Сформировать знания по организации и управлению процессом налаживания взаимоотношений организации с ключевыми партнерами, а также во внутренней среде организации</li> <li>3. Сформировать умения и практические навыки в сфере разработки и реализации управленческих решений, направленных на установление взаимоотношений организации с ключевыми партнерами, а также во внутренней среде организации путем формирования стратегических союзов, баз данных клиентов и бизнес-партнеров, управления маркетинговыми коммуникациями, ориентированными на построение взаимоотношений.</li> <li>4. Сформировать способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</li> <li>5. Выработать способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</li> </ol>

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

#### Компетенция ПК-3

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности		
Знает	Умеет	Владеет
основы стратегического анализа маркетинговой деятельности; основы разработки и осуществления маркетинговой стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности предприятия в области ценовой и сбытовой политики	проводить стратегический анализ маркетинговой деятельности; осуществлять разработку и реализацию маркетинговой стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности в области ценовой и сбытовой политики	навыками стратегического анализа маркетинговой деятельности; навыками разработки и осуществления маркетинговой стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности в области ценовой и сбытовой политики

#### Компетенция ПК-7

владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ

Знает	Умеет	Владеет
<p>этапы реализации бизнес-плана и заключения соглашений, договоров и контрактов, этапы проведения маркетингового исследования при управлении бизнес-процессами маркетинговой деятельности; инструменты реализации управленческих решений в области предпринимательской деятельности при реализации ценовой и сбытовой политики организации</p>	<p>координировать реализацию бизнес-плана и заключения соглашений, договоров и контрактов, этапы проведения маркетингового исследования при управлении бизнес-процессами маркетинговой деятельности; использовать инструменты реализации управленческих решений в области предпринимательской деятельности при реализации ценовой и сбытовой политики организации</p>	<p>навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; навыками поэтапного контроля проведения маркетингового исследования при управлении бизнес-процессами маркетинговой деятельности; инструментами реализации управленческих решений в области предпринимательской деятельности при реализации ценовой и сбытовой политики организации</p>

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

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Основы маркетинга взаимоотношений	ПК-3, ПК-7
2	Ценность клиента в маркетинге взаимоотношений	ПК-3
3	Основные подходы маркетинга взаимоотношений предприятия с клиентами	ПК-3, ПК-7
4	Основные подходы маркетинга взаимоотношений внутри организации	ПК-7
5	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-3, ПК-7

**Формы промежуточной аттестации**

Зачет	6 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	3	6	144	4	92.5	54	18	36	0	51.5		6	

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Основы маркетинга взаимоотношений»</b>		<b>26.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Трансформация классической концепции маркетинга в концепцию маркетинга взаимоотношений. Развитие маркетинга взаимоотношений	2.00
Л1.2	Маркетинга как специфическая функция управления. Экономика взаимоотношений	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Экономика взаимоотношений на привлечение и удержание клиентов, долговечности взаимоотношений с поставщиками и сотрудниками	4.00
П1.2	Движущие факторы взаимоотношений. Методы изучения удовлетворенности потребителей	4.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Современные тенденции маркетинга взаимоотношений. Типичные ошибки в маркетинге взаимоотношений	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	6.00
<b>Раздел 2 «Ценность клиента в маркетинге взаимоотношений»</b>		<b>38.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Роль и значимость клиента в маркетинге взаимоотношений. Жизненный цикл клиента	2.00
Л2.2	Ценность клиента. Концепции управления потенциалом покупателей	2.00
Л2.3	Методы определения ценности клиента	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Методики расчета LTV	2.00
П2.2	Управление портфелем покупателей. Методы оценки структуры и динамики портфеля покупателей	2.00
П2.3	Метод анализа концентрации продаж. Методика анализа портфеля на основе стадии взаимоотношений. Метод определения экономической эффективности взаимоотношений с покупателями	2.00
П2.4	Интеграция процесса управления портфелем покупателей в систему стратегического планирования маркетинга	2.00
П2.5	Новые технологии управления и инструментов оценки в маркетинге взаимоотношений	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Модели оценки ценности клиентской базы	6.00

C2.2	Характеристика стадий процесса управления портфелем покупателей	6.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
<b>Раздел 3 «Основные подходы маркетинга взаимоотношений предприятия с клиентами»</b>		<b>48.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л3.1	Клиентоориентированность. Индустрия сервиса	2.00
Л3.2	Система управления взаимоотношениями с клиентами. Экономический эффект для предприятия	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П3.1	Программное обеспечение системы управления взаимоотношениями с клиентами	6.00
П3.2	Построение взаимоотношений с потребителем. Индустрия сервиса	4.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С3.1	Обзор решений в области реализации CRM	14.00
С3.2	Успешные кейсы индустрии сервиса	6.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
<b>Раздел 4 «Основные подходы маркетинга взаимоотношений внутри организации»</b>		<b>28.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л4.1	Партнерские отношения внутри организации. Внутренний климат и культура организации. Внедрение внутреннего маркетинга	2.00
Л4.2	Партнерские отношения с поставщиком. Взаимоотношения в бизнесе. Недостатки партнерства в B2B	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П4.1	Удержание персонала и его лояльность	2.00
П4.2	Исследование взаимоотношений в B2B. Выгоды и цена партнерских взаимоотношений	4.00
П4.3	Планирование взаимоотношений. Контроль маркетинга взаимоотношений	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С4.1	Сотрудничество с внешними организациями. Горизонтальное партнерство. Типы сотрудничества	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
<b>Раздел 5 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>4.00</b>
35.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР5.1	Сдача зачета	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>144.00</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) Иган, Д. Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник / Д. Иган. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 375 с. : табл., граф., схемы. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01321-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник / М.Л. Калужский. - Изд. 2-е. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2021. - 217 с. - ISBN 978-5-4499-1657-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Павлова, Нина Николаевна. Маркетинг в практике современной фирмы : учебник для слушателей бизнес-школ и системы повышения квалификации по специальности "Маркетинг" / Н. Н. Павлова. - Москва : Норма, 2012. - 369 с. : ил. - Библиогр.: с. 359-362. - ISBN 978-5-89123-934-0 (В пер.) : 284.91 р. - Текст : непосредственный.

4) Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга : практикум / Р.Е. Мансуров. - Москва|Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-9729-0178-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

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

1) Кетова, Н. П. Реализация маркетинга взаимодействия в новой модели управления предпринимательским поведением компаний на целевых рынках : монография / Н.П. Кетова. - Ростов-н/Д : Издательство Южного федерального университета, 2011. - 244 с. - ISBN 978-5-9275-0824-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241085/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Москалев, М. В. Современные концепции и технологии маркетинга: учебное пособие для аспирантов, обучающихся по направлению подготовки 38.06.01 Экономика. Профиль подготовки 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (Маркетинг) : учебное пособие / М.В. Москалев, С.М. Москалев, Т.Г. Виноградова. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 102 с. : ил. - Библиогр. в кн. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496890/> (дата обращения: 24.03.2020).

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

3) Дубровина, Н. А. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие / Н. А. Дубровина, Ю. И. Ряжева. - Самара : СамГУ, 2019. - 88 с. - ISBN 978-5-7883-1456-3 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/146983> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

4) Бондаренко, Виктория Андреевна. Маркетинговые решения в управлении конкурентоспособностью предприятий. Маркетинговые аспекты управления конкурентоспособностью розничных торговых предприятий в современных российских реалиях : научное издание / В. А. Бондаренко. - Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing, 2016. - 159 с. - Библиогр.: с. 142-154 (166 назв.). - ISBN 978-3-659-85813-0 : 300.00 р. - Текст : непосредственный.

5) Синяева, Инга Михайловна. Маркетинг в коммерции : учеб. для студентов эконом. вузов, обуч. по напр. "Экономика" и спец. "Маркетинг" / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2011. - 548 с. - Терминол. сл. : с. 505-539. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-394-01242-6 : 395.76 р. - Текст : непосредственный.

6) Тавасиев, Ахсар Мухаевич. Банковское дело в 2 ч. Часть 2. Технологии обслуживания клиентов банка : Учебник Для СПО / А. М. Тавасиев. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 301 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-11424-9 : 729.00 р. - URL: <https://urait.ru/bcode/453605> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

7) Ткаченко, Е. А. Ловись, клиент, большой и маленький: пособие для интернет-маркетологов : практическое руководство / Е.А. Ткаченко, К.А. Захарова. - Москва|Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. - 213 с. : ил. - ISBN 978-5-9729-0352-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564730/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

8) Казакевич, А. E-commerce: как завоевать клиента и не потерять деньги : научно-популярное издание / А. Казакевич. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 136 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9614-1973-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570384/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

#### **Периодические издания**

1) Маркетинг и маркетинговые исследования. - М. : ЗАО "Издательский дом Гребенникова". - Выходит ежеквартально. - ISSN 2074-5095. - Текст : непосредственный.

2) Маркетинг . - М. : ЦМИМ, 1991 - . - Выходит раз в два месяца. - ISSN 0869-3722. - Текст : непосредственный.

3) 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) Маркетинг взаимоотношений : 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. - 35 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
Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2
НОУТБУК Acer Aspire 5920G
Проектор Smart V25 к интерактивной доске

**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=93516](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=93516)