

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\_3-38.03.03.01\_2021\_126254  
Актуализировано: 22.05.2021

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

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	38.03.03 шифр
	Управление персоналом наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.03.01 шифр
	Управление персоналом организации наименование
Формы обучения	Заочная, Очная, Очно-заочная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра туризма и управления персоналом (ОРУ) наименование

Киров, 2021 г.

## Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Кислицына Валентина Васильевна

---

ФИО

## Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Сформировать систему принципов, методов и форм регулирования рыночного механизма в целях повышения конкурентоспособности организации, приобретения практических навыков в принятии обоснованных управленческих решений в сфере маркетинга с учетом удовлетворения потребностей клиентов и обеспечения эффективной деятельности организации
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов представление о содержании маркетинговой деятельности</li> <li>- сформировать у студентов знания об организации и управлении маркетингом на предприятии</li> <li>- сформировать у студентов умения и практические навыки реализации концепции маркетинга</li> </ul>

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

#### Компетенция ОПК-1

Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач

Знает	Умеет	Владеет
основные понятия маркетинга и их взаимосвязь; алгоритм и инструменты маркетинговых исследований; принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов	проводить маркетинговые исследования; использовать инструменты маркетинга для решения тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	методологией маркетинговых исследований; современными методами сбора, обработки и анализа вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации

#### Компетенция УК-10

Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Знает	Умеет	Владеет
функции маркетинга в сферах товарной политики, ценообразования, коммуникаций, сбыта; содержание комплекса маркетинга и методов; основные концепции и средства маркетинга	анализировать во взаимосвязи элементы комплекса маркетинга; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения	навыками анализа маркетинговых показателей; анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы; прогнозировать развитие маркетинговых процессов и явлений на микро- и макроуровне



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

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Маркетинг и анализ рыночной ситуации	ОПК-1, УК-10
2	Управление маркетинговой политикой	ОПК-1, УК-10
3	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-1, УК-10

**Формы промежуточной аттестации**

Зачет	4 семестр (Очная форма обучения) 8 семестр (Заочная форма обучения) 4 семестр (Очно-заочная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения) Не предусмотрен (Очно-заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения) Не предусмотрена (Очно-заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения) Не предусмотрена (Очно-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	2	4	144	4	100.5	68	34	34	0	43.5		4	
Заочная форма обучения	4	7, 8	144	4	16.5	16	8	8	0	127.5		8	
Очно-заочная форма обучения	2	4	144	4	66	32	16	16	0	78		4	

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Маркетинг и анализ рыночной ситуации»</b>		<b>68.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Задачи, функции маркетинга. Концепции маркетинга	2.00
Л1.2	Система информации в маркетинге	2.00
Л1.3	Маркетинговые исследования рынка	4.00
Л1.4	Исследование потребителей	4.00
Л1.5	Сегментация рынка	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Понятие маркетинга. Специфика маркетинговой деятельности	2.00
П1.2	Процесс маркетингового исследования	4.00
П1.3	Исследование маркетинговой среды предприятия	4.00
П1.4	Исследование потребителей	4.00
П1.5	Сегментация рынка и позиционирование продукта	4.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Самостоятельная работа студента	20.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	16.00
<b>Раздел 2 «Управление маркетинговой политикой»</b>		<b>72.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Формирование продуктовой политики организации	4.00
Л2.2	Формирование ценовой политики организации	4.00
Л2.3	Формирование политики распределения	4.00
Л2.4	Формирование политики продвижения	4.00
Л2.5	Управление маркетингом	4.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Содержание и особенности продуктовой политики организации	4.00
П2.2	Содержание и особенности ценовой политики организации	4.00
П2.3	Содержание и особенности политики распределения в организации	2.00
П2.4	Содержание и особенности политики продвижения в организации	4.00
П2.5	Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Самостоятельная работа студента	20.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная аудиторная работа	16.00
<b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>4.00</b>

33.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР3.1	Сдача зачета	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>144.00</b>

### Очно-заочная (вечерняя) форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Маркетинг и анализ рыночной ситуации»</b>		<b>68.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Задачи, функции маркетинга. Концепции маркетинга	2.00
Л1.2	Система информации в маркетинге	
Л1.3	Маркетинговые исследования рынка	2.00
Л1.4	Исследование потребителей	2.00
Л1.5	Сегментация рынка	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Понятие маркетинга. Специфика маркетинговой деятельности	
П1.2	Процесс маркетингового исследования	2.00
П1.3	Исследование маркетинговой среды предприятия	2.00
П1.4	Исследование потребителей	2.00
П1.5	Сегментация рынка и позиционирование продукта	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Самостоятельная работа студента	36.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	16.00
<b>Раздел 2 «Управление маркетинговой политикой»</b>		<b>72.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Формирование продуктовой политики организации	2.00
Л2.2	Формирование ценовой политики организации	2.00
Л2.3	Формирование политики распределения	2.00
Л2.4	Формирование политики продвижения	2.00
Л2.5	Управление маркетингом	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Содержание и особенности продуктовой политики организации	2.00
П2.2	Содержание и особенности ценовой политики организации	2.00
П2.3	Содержание и особенности политики распределения в организации	2.00
П2.4	Содержание и особенности политики продвижения в организации	2.00
П2.5	Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности	
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Самостоятельная работа студента	38.50



<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная аудиторная работа	17.50
<b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>4.00</b>
33.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР3.1	Сдача зачета	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>144.00</b>

### Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Маркетинг и анализ рыночной ситуации»</b>		<b>36.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Задачи, функции маркетинга. Концепции маркетинга	2.00
Л1.2	Система информации в маркетинге	
Л1.3	Маркетинговые исследования рынка	2.00
Л1.4	Исследование потребителей	
Л1.5	Сегментация рынка	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Понятие маркетинга. Специфика маркетинговой деятельности	2.00
П1.2	Процесс маркетингового исследования	
П1.3	Исследование маркетинговой среды предприятия	2.00
П1.4	Исследование потребителей	
П1.5	Сегментация рынка и позиционирование продукта	
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Самостоятельная работа студента	28.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 2 «Управление маркетинговой политикой»</b>		<b>104.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Формирование продуктовой политики организации	2.00
Л2.2	Формирование ценовой политики организации	2.00
Л2.3	Формирование политики распределения	
Л2.4	Формирование политики продвижения	
Л2.5	Управление маркетингом	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Содержание и особенности продуктовой политики организации	2.00
П2.2	Содержание и особенности ценовой политики организации	2.00
П2.3	Содержание и особенности политики распределения в организации	
П2.4	Содержание и особенности политики продвижения в организации	
П2.5	Планирование, организация и контроль маркетинговой	

	деятельности	
<b>Самостоятельная работа</b>		
C2.1	Самостоятельная работа студента	96.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная аудиторная работа	
<b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>4.00</b>
33.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР3.1	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 знакомятся 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) Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник для вузов / М.Л. Калужский. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 217 с. - ISBN 978-5-4475-9443-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473029/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Калужский, М. Л. Практический маркетинг : учебник / М.Л. Калужский. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2021. - 186 с. : ил. - ISBN 978-5-4499-1656-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598989/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 440 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01311-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Ким, Сергей Алексеевич. Маркетинг : учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по спец. "Маркетинг", "Реклама", "Коммерция (торговое дело)" / С. А. Ким. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2010. - 235, [1] с. - ISBN 978-5-394-00624-1 : 143.00 р. - Текст : непосредственный.

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

1) Котлер, Филип. Маркетинг для государственных и общественных организаций / Ф. Котлер, Н. Ли. - СПб. : Питер, 2008. - 384 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 0-13-187515-9. - ISBN 978-5-91180-361-2 : 425.00 р., 285.20 р. - Текст : непосредственный.

2) 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.

3) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова, Н.П. Козлова, О.З. Матвеева. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 446 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786/> (дата обращения: 03.03.2021).

03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

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: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Шапиро, С. А. Практикум по дисциплине «Маркетинг персонала» : учебное пособие / С.А. Шапиро, Е.К. Самраилова. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 60 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4499-0411-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571001/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

#### **Учебно-методические издания**

1) Шайхутдинова, Г. Ф. Маркетинг : учебно-методическое пособие / Г.Ф. Шайхутдинова. - Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2012. - 223 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272506/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Цветкова, И. Ю. Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Маркетинг» : учебно-методическое пособие / И. Ю. Цветкова. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. - 27 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/144711> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

3) Маркетинг персонала : учебно-метод. пособие для студентов направления 38.03.03 "Управление персоналом" всех профилей подготовки всех форм обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ ; сост.: Е. А. Березина, А. В. Сысолятин. - Киров : ВятГУ, 2016. - 25 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 28.10.2016). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

#### **Учебно-наглядное пособие**

1) Березина, Екатерина Александровна. Маркетинг персонала : учебно-наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Е. А. Березина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 13 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=3-38.03.03.01](https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.03.01)
- 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
ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN



**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=126254](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=126254)