

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

Утверждаю  
Директор/Декан Игошина Ю. В.



Номер регистрации  
РПД\_3-42.03.01.03\_2018\_85302  
Актуализировано: 30.05.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	42.03.01
	шифр
	Реклама и связи с общественностью
	наименование
Направленность (профиль)	3-42.03.01.03
	шифр
	Интегрированные коммуникации
	наименование
Формы обучения	Заочная, Очная
	наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ)
	наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ)
	наименование

## Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Игошина Юлия Викторовна

---

ФИО

## Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Сформировать системное представление об основных аспектах организации работы службы рекламы и связей с общественностью и перечень практических навыков по решению задач стратегического и оперативного управления службой, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности службы.
Задачи дисциплины	<p>1) изучение специфики и особенностей организации и функционирования системы управления службой рекламы и связей с общественностью организации;</p> <p>2) изучение видов и способов формирования взаимодействия организации и общественности, бизнес-структур и потребителя, организации работы с партнерами, заказчиками и СМИ;</p> <p>3) формирование знаний и умений, позволяющих эффективно осуществлять профессиональные, аналитические, организационно-управленческие и консультационно-методические функции.</p>

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

#### Компетенция ОПК-2

Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах		
Знает	Умеет	Владеет
основные тенденции развития общественных и государственных институтов	анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов	навыками анализа, навыками создания медиатекстов и медиапродуктов

#### Компетенция ОПК-4

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности		
Знает	Умеет	Владеет
основы наук об обществе, позволяющие анализировать потребности общества и аудитории	участвовать в исследованиях аудитории	навыками изучения потребностей аудитории

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

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью	ОПК-2
2	Процессы управления службой рекламы и связей с общественностью	ОПК-4
3	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-2, ОПК-4

**Формы промежуточной аттестации**

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Экзамен	7 семестр (Очная форма обучения) 7 семестр (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	7 семестр (Очная форма обучения) 8 семестр (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	4	7	180	5	91.5	42	14	28	0	88.5	7		7
Заочная форма обучения	4	7, 8	180	5	21	18	6	12	0	159	8		7

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью»</b>		<b>69.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Основные организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью: сравнительные характеристики	2.00
Л1.2	Внутренние службы рекламы и связей с общественностью	4.00
Л1.3	Внешние службы рекламы и связей с общественностью	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Отдел в организации: маркетинговый, рекламный, коммуникационный, связей с общественностью	4.00
П1.2	Коммуникатор как единственный сотрудник	2.00
П1.3	Аутсорсинг в сфере коммуникаций. Виды аутсорсинга	4.00
П1.4	Пресс-служба как форма организации работы	4.00
П1.5	Тенденции развития организационных форм работы в сфере коммуникаций	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Основные организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью: сравнительные характеристики	8.00
С1.2	Внешние службы рекламы и связей с общественностью	8.00
С1.3	Внутренние службы рекламы и связей с общественностью	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	21.50
<b>Раздел 2 «Процессы управления службой рекламы и связей с общественностью»</b>		<b>83.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Характеристики и этапы деятельности службы рекламы и связей с общественностью	2.00
Л2.2	Взаимодействие внутренних и внешних служб рекламы и связей с общественностью	2.00
Л2.3	Оценка эффективности деятельности служб рекламы и связей с общественностью	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Место службы в структуре организации. Управленческие аспекты	2.00
П2.2	Задачи и функции службы	2.00
П2.3	Этапы деятельности службы	4.00
П2.4	Методы оценки эффективности службы	4.00

<b>Самостоятельная работа</b>		
C2.1	Характеристики и этапы деятельности службы рекламы и связей с общественностью	10.00
C2.2	Взаимодействие внутренних и внешних служб рекламы и связей с общественностью	10.00
C2.3	Оценка эффективности деятельности служб рекламы и связей с общественностью	10.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	25.00
<b>Курсовые работы, проекты</b>		
K2.1	Подготовка курсового проекта	10.00
<b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>27.50</b>
ЭЗ.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР3.2	Защита курсовой работы (проекта)	0.50
КВР3.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР3.3	Сдача экзамена	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>180.00</b>

### Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью»</b>		<b>100.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Основные организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью: сравнительные характеристики	
Л1.2	Внутренние службы рекламы и связей с общественностью	2.00
Л1.3	Внешние службы рекламы и связей с общественностью	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Отдел в организации: маркетинговый, рекламный, коммуникационный, связей с общественностью	2.00
П1.2	Коммуникатор как единственный сотрудник	1.00
П1.3	Аутсорсинг в сфере коммуникаций. Виды аутсорсинга	2.00
П1.4	Пресс-служба как форма организации работы	1.00
П1.5	Тенденции развития организационных форм работы в сфере коммуникаций	
<b>Самостоятельная работа</b>		
C1.1	Основные организационные формы управления службой рекламы и связей с общественностью: сравнительные характеристики	30.00
C1.2	Внешние службы рекламы и связей с общественностью	30.00
C1.3	Внутренние службы рекламы и связей с общественностью	30.00

<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 2 «Процессы управления службой рекламы и связей с общественностью»</b>		<b>70.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Характеристики и этапы деятельности службы рекламы и связей с общественностью	
Л2.2	Взаимодействие внутренних и внешних служб рекламы и связей с общественностью	
Л2.3	Оценка эффективности деятельности служб рекламы и связей с общественностью	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Место службы в структуре организации. Управленческие аспекты	
П2.2	Задачи и функции службы	2.00
П2.3	Этапы деятельности службы	2.00
П2.4	Методы оценки эффективности службы	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Характеристики и этапы деятельности службы рекламы и связей с общественностью	14.00
С2.2	Взаимодействие внутренних и внешних служб рекламы и связей с общественностью	14.00
С2.3	Оценка эффективности деятельности служб рекламы и связей с общественностью	14.50
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Курсовые работы, проекты</b>		
К2.1	Подготовка курсового проекта	20.00
<b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>9.50</b>
ЭЗ.1	Подготовка к сдаче экзамена	6.50
КВР3.2	Защита курсовой работы (проекта)	0.50
КВР3.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР3.3	Сдача экзамена	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 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) Блюм, М. А. Рекламная деятельность : учебное пособие / М.А. Блюм. - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 94 с. - ISBN 978-5-8265-1503-7 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444670/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Рыбаков, Ю. П. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии / Ю.П. Рыбаков. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 161 с. - ISBN 978-5-504-00762-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141873/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Ковалевский, В. Организация рекламной деятельности : учебное пособие / В. Ковалевский. - Оренбург : ОГУ, 2012. - 122 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Четвертков, Николай Васильевич. Современная пресс-служба : учебное пособие / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 190, [1] с. - Библиогр.: с. 187-188. - ISBN 978-5-7567-0581-2 : 189.00 р., 210.00 р. - Текст : непосредственный.

5) Четвертков, Николай Васильевич. Современная пресс-служба : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по спец. 030602.65 (350400) Связи с общественностью / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 191 с. - Библиогр.: с. 187-188. - ISBN 978-5-7567-0581-2 : 210.00 р. - Текст : непосредственный.

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

1) Мельникова, Надежда Анатольевна. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2012. - 180 с. - Библиогр.: с. 179. - ISBN 978-5-394-01550-2 : 133.10 р. - Текст : непосредственный.

2) Паничкина, Галина Георгиевна. Как провести успешную рекламную кампанию / Г. Г. Паничкина, Н. С. Носова. - М. : Дашков и К, 2012. - 160 с. - Библиогр.: с. 157-159. - ISBN 978-5-394-01121-4 : 108.90 р. - Текст : непосредственный.

3) Шацкий, П. С. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг B2B / П.С. Шацкий. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 134 с. - ISBN 978-5-504-00032-9 : Б.

ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141474/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Ермаков, М. П. Продажа рекламного пространства в системе различных информационных носителей / М.П. Ермаков. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 150 с. - ISBN 978-5-504-00459-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142043/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Абросимов, Н. В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании / Н.В. Абросимов. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 144 с. - ISBN 978-5-504-00873-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

6) Дрешер, А. Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт / А.Р. Дрешер. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00851-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139293/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

7) Солнцева, Д. С. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач, проблематика вопроса / Д.С. Солнцева. - Москва : Лаборатория книги, 2011. - 148 с. - ISBN 978-5-504-00447-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140295/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

8) Бутринов, А. Д. Организация рекламной деятельности предприятия / А.Д. Бутринов. - Москва : Лаборатория книги, 2011. - 112 с. - ISBN 978-5-504-00386-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141936/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

9) Цветков, Д. А. Повышение эффективности рекламной деятельности / Д.А. Цветков. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 109 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88286/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

10) Петухов, К. Г. Совершенствование рекламной деятельности по товародвижению и сбыту продукции / К.Г. Петухов. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 117 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89715/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

11) Ворошилов, Валентин Васильевич. Современная пресс-служба : учеб. для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности

"Государственное и муниципальное управление" / В. В. Ворошилов ; Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики. - М. : КноРус, 2009. - 221, [1] с. ; 22 см. - Библиогр.: с. 212-215. - ISBN 978-5-390-00246-9 в пер. : 196.00 р., 172.50 р. - Текст : непосредственный.

### **Учебно-методические издания**

1) Невоструева, А. Ф. Современная пресс-служба : учебно-методическое пособие / А. Ф. Невоструева. - Пермь : ПНИПУ, 2011. - 69 с. - ISBN 978-5-398-00569-1 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/161113> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

### **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=3-42.03.01.03](https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-42.03.01.03)
- 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
Ноутбук Acer
ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
ЭКРАН ПРОЕКЦИОННЫЙ DIGIS DSOB-1106

**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=85302](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=85302)