

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_85782
Актуализировано: 15.04.2021

Рабочая программа дисциплины
Основы маркетинга

	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 менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ) наименование

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Катаева Наталья Николаевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Овладение обучающимися теоретико-методологическими основами и практическими навыками в области маркетинговой деятельности организации. 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"> 1. Формирование у обучающихся представлений о теории и практике, ключевых разделах современного маркетинга, инструментах маркетингового комплекса. 2. Сформировать у обучающихся знания о процессе организации и управления маркетингом на предприятиях различных организационно-правовых форм. 3. Сформировать практические навыки использования маркетинговой концепции в управлении предприятием. 4. Сформировать системно-целостное видение социально-экономической сущности механизмов взаимодействия агентов рынка и маркетингового воздействия на них.

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

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

Компетенция ОПК-5

Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		
Знает	Умеет	Владеет
основы теории и практики сферы коммуникаций	применять знания о медиакоммуникационных системах региона, страны, мира исходя из политических и экономических механизмов, их функционирования, правовых и этических норм регулирования	навыками применения знаний о медиакоммуникационных системах региона, страны, мира исходя из политических и экономических механизмов, их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Основные понятия и категории маркетинга	ОПК-4, ОПК-5
2	Методы маркетинга	ОПК-4, ОПК-5
3	Маркетинговые исследования и поведение потребителей	ОПК-4, ОПК-5
4	Комплекс маркетинга	ОПК-4, ОПК-5
5	Организация маркетинговой деятельности на предприятии	ОПК-4, ОПК-5
6	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-4, ОПК-5

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Экзамен	1 семестр (Очная форма обучения) 1 семестр (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	1	1	216	6	144.5	108	36	72	0	71.5			1
Заочная форма обучения	1	1	216	6	14.5	12	4	8	0	201.5			1

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Основные понятия и категории маркетинга»		21.00
Лекции		
Л1.1	Основные понятия и функции маркетинга.	2.00
Л1.2	Виды маркетинга в зависимости от спроса. Эволюция концепций маркетинга	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Аналитическая и производственная функции маркетинга.	6.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Самостоятельная работа обучающихся	6.00
С1.2	Самостоятельная работа обучающихся	
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	5.00
Раздел 2 «Методы маркетинга»		24.00
Лекции		
Л2.1	Сегментирование рынка	2.00
Л2.2	Стратегическое планирование	2.00
Л2.3	Метод матриц	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Портфельный анализ деятельности предприятия. Позиционирование товара на рынке.	6.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Самостоятельная работа обучающихся	7.00
С2.2	Самостоятельная работа обучающихся	
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	5.00
Раздел 3 «Маркетинговые исследования и поведение потребителей»		27.00
Лекции		
Л3.1	Маркетинговые исследования и маркетинговая информационная система	2.00
Л3.2	Маркетинговая среда фирмы	2.00
Л3.3	Поведение потребителей	2.00
Семинары, практические занятия		
П3.1	Определение объема выборки	4.00
П3.2	Разработка анкеты	4.00
Самостоятельная работа		
С3.1	Самостоятельная работа обучающихся	8.00
С3.2	Самостоятельная работа обучающихся	
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	5.00

Раздел 4 «Комплекс маркетинга»		92.00
Лекции		
Л4.1	Основные понятия товарной политики. Классификация товаров.	2.00
Л4.2	Товарно-марочная и ассортиментная политика	2.00
Л4.3	Новый товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара	2.00
Л4.4	Ценовая политика фирмы	2.00
Л4.5	Сбытовая политика предприятия	2.00
Л4.6	Оптовая и розничная торговля	2.00
Л4.7	Продвижение в маркетинге	2.00
Л4.8	Особенности средств продвижения	2.00
Семинары, практические занятия		
П4.1	Оценка конкурентоспособности товара	6.00
П4.2	Ассортиментная политика фирмы	4.00
П4.3	Этапы и методы ценообразования	6.00
П4.4	Стратегия и тактика ценообразования	6.00
П4.5	Выбор оптимального канала сбыта	6.00
П4.6	Организация товародвижения	6.00
П4.7	Определение бюджета на продвижение	4.00
П4.8	Выбор средств распространения рекламы и оценка эффективности	6.00
Самостоятельная работа		
С4.1	Самостоятельная работа обучающихся	18.00
С4.2	Самостоятельная работа обучающихся	
Контактная внеаудиторная работа		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
Раздел 5 «Организация маркетинговой деятельности на предприятии»		25.00
Лекции		
Л5.1	Организация отдела маркетинга на предприятии	2.00
Л5.2	Управление маркетингом	2.00
Семинары, практические занятия		
П5.1	Определение бюджета маркетинга	4.00
П5.2	Управление маркетингом	4.00
Самостоятельная работа		
С5.1	Самостоятельная работа обучающихся	8.00
С5.2	Самостоятельная работа обучающихся	
Контактная внеаудиторная работа		
КВР5.1	Контактная внеаудиторная работа	5.00
Раздел 6 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		27.00
Э6.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР6.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР6.2	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		216.00

Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Основные понятия и категории маркетинга»		34.00
Лекции		
Л1.1	Основные понятия и функции маркетинга.	1.00
Л1.2	Виды маркетинга в зависимости от спроса. Эволюция концепций маркетинга	1.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Аналитическая и производственная функции маркетинга.	
Самостоятельная работа		
С1.1	Самостоятельная работа обучающихся	12.00
С1.2	Самостоятельная работа обучающихся	20.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 2 «Методы маркетинга»		33.00
Лекции		
Л2.1	Сегментирование рынка	
Л2.2	Стратегическое планирование	
Л2.3	Метод матриц	
Семинары, практические занятия		
П2.1	Портфельный анализ деятельности предприятия. Позиционирование товара на рынке.	1.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Самостоятельная работа обучающихся	12.00
С2.2	Самостоятельная работа обучающихся	20.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 3 «Маркетинговые исследования и поведение потребителей»		35.00
Лекции		
Л3.1	Маркетинговые исследования и маркетинговая информационная система	1.00
Л3.2	Маркетинговая среда фирмы	
Л3.3	Поведение потребителей	1.00
Семинары, практические занятия		
П3.1	Определение объема выборки	1.00
П3.2	Разработка анкеты	
Самостоятельная работа		
С3.1	Самостоятельная работа обучающихся	12.00
С3.2	Самостоятельная работа обучающихся	20.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 4 «Комплекс маркетинга»		72.00
Лекции		
Л4.1	Основные понятия товарной политики. Классификация	

	товаров.	
Л4.2	Товарно-марочная и ассортиментная политика	
Л4.3	Новый товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара	
Л4.4	Ценовая политика фирмы	
Л4.5	Сбытовая политика предприятия	
Л4.6	Оптовая и розничная торговля	
Л4.7	Продвижение в маркетинге	
Л4.8	Особенности средств продвижения	
Семинары, практические занятия		
П4.1	Оценка конкурентоспособности товара	1.00
П4.2	Ассортиментная политика фирмы	1.00
П4.3	Этапы и методы ценообразования	1.00
П4.4	Стратегия и тактика ценообразования	
П4.5	Выбор оптимального канала сбыта	1.00
П4.6	Организация товародвижения	
П4.7	Определение бюджета на продвижение	
П4.8	Выбор средств распространения рекламы и оценка эффективности	1.00
Самостоятельная работа		
С4.1	Самостоятельная работа обучающихся	24.00
С4.2	Самостоятельная работа обучающихся	43.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 5 «Организация маркетинговой деятельности на предприятии»		33.00
Лекции		
Л5.1	Организация отдела маркетинга на предприятии	
Л5.2	Управление маркетингом	
Семинары, практические занятия		
П5.1	Определение бюджета маркетинга	1.00
П5.2	Управление маркетингом	
Самостоятельная работа		
С5.1	Самостоятельная работа обучающихся	12.00
С5.2	Самостоятельная работа обучающихся	20.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР5.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 6 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		9.00
Э6.1	Подготовка к сдаче экзамена	6.50
КВР6.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР6.2	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		216.00

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.

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

Учебная литература (основная)

1) 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.

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) Мандыч, И. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. А. Мандыч. - Москва : РТУ МИРЭА, 2020. - 75 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/163841> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

4) Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева, И.А. Названова. - Ростов-на-Дону|Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. - 163 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-3437-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Байдина, Е. А. Основы маркетинга : учебное пособие / Е. А. Байдина. - Пермь : ПНИПУ, 2016. - 148 с. - ISBN 978-5-398-01681-9 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/161228> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А.Л. Абаев, В.А. Алексунин, М.Т. Гуриева, Л.А. Корчагова, А.В. Малыгин. - 3-е изд., перераб. - Москва : Дашков и К°, 2021. - 433 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-04185-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314/> (дата обращения: 24.03.2020). - 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: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Данько, Тамара Петровна. Управление маркетингом : Учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. - 4-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 521 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-01588-1 : 1189.00 р. - URL: <https://urait.ru/bcode/450105> (дата обращения: 08.05.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

4) Маркетинг: Сборник заданий. - Вологда : ВГМХА им. Н.В. Верещагина, 2020. - 59 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/159436> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

5) Инновационный маркетинг : учебник / И.А. Красюк, С.М. Крымов, Г.Г. Иванов, М.В. Кольган. - Москва : Дашков и К°, 2020. - 170 с. : ил., табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03982-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600310/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебно-методические издания

1) Сидорова, С. А. Маркетинг : учебно-методическое пособие / С. А. Сидорова. - Самара : СамГУПС, 2020. - 96 с. - ISBN 978-5-6044457-2-3 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/161309> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Ерохин, А. К. Маркетинг : учебно-методическое пособие / А. К. Ерохин. - Владивосток : ВГУЭС, 2019. - 284 с. - ISBN 978-5-9736-0543-8 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/161443> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

Периодические издания

1) Практический маркетинг : инф. для маркетинг. решений. - М. : ООО "Агенство VCI Marketing", 1997 - . - Выходит ежемесячно. - ISSN 2071-3762. - Текст : непосредственный.

Учебно-наглядное пособие

1) Маркетинг : 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. - 50 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=3-42.03.01.03
- 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)
- 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
ТЕЛЕВИЗОР SUPRA STV-LC42ST660FL00 42" LED С КРЕПЛЕНИЕМ НА СТЕНУ

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=85782