

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\_92407  
Актуализировано: 23.03.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Анализ потребительского поведения в сфере интегрированных**  
**коммуникаций**

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

## Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Федяева Анна Филипповна

---

ФИО

## Цели и задачи дисциплины

|                   |   |
|-------------------|---|
| Цель дисциплины   | Целью изучения дисциплины "Анализ потребительского поведения в сфере интегрированных коммуникаций" является формирование комплекса знаний о особенностях коммуникационной работы с целевыми аудиториями, потребностях, факторах, влияющих на целевую аудиторию, умений исследовать потребности (спрос) целевой аудитории и навыков анализов ситуации на конкурентном рынке.   |
| Задачи дисциплины | <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить характеристику целевой аудитории, факторы, влияющие на целевую аудиторию для разработки стратегии рекламной кампании, обеспечивающей конкурентоспособность</li> <li>- рассмотреть процесс принятия целевой аудиторией решения о покупке для возможности анализа взаимосвязи со стратегиями компаний и подготовки сбалансированных управленческих решений;</li> <li>- оценить мотивы целевой аудитории,</li> <li>- рассмотреть виды коммуникационной работы с целевой аудиторией</li> </ul> |

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

#### Компетенция ПК-1

|  |   |  |
|--|---|--|
| Способен принимать участие в работе рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью |   |  |
| Знает  | Умеет   | Владеет  |
| основы рекламной деятельности  | осуществлять оперативное планирование рекламной работы, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок | способностью прогнозировать и оценивать эффективность рекламной деятельности |

#### Компетенция ПК-3

|  |   |  |
|--|---|--|
| Способен принимать участие в планировании, подготовке, проведении и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий |   |  |
| Знает  | Умеет   | Владеет  |
| специфику планирования, подготовки, проведения и оценки эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий                    | участвовать под контролем в планировании, подготовке, проведении и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий | навыками участия в планировании, подготовке, проведении и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий |

**Компетенция ПК-4**

Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

| Знает  | Умеет   | Владеет   |
|--|---|---|
| элементы коммуникационной инфраструктуры организации, принципы обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации | участвовать под контролем в обеспечении внутренней и внешней коммуникации организации | навыками участия в создании коммуникационной инфраструктуры организации |

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

| № п/п | Наименование разделов дисциплины   | Шифр формируемых компетенций |
|-------|--|------------------------------|
| 1     | Система коммуникационной работы с потребителями  | ПК-1, ПК-3                   |
| 2     | Изучение и оценка факторов, влияющих на потребительское поведение в сфере интегрированных коммуникаций | ПК-1, ПК-4                   |
| 3     | Подготовка и прохождение промежуточной аттестации  | ПК-1, ПК-3, ПК-4             |

**Формы промежуточной аттестации**

|                 |  |
|-----------------|--|
| Зачет           | 6 семестр (Очная форма обучения)<br>6 семестр (Заочная форма обучения)               |
| Экзамен         | Не предусмотрен (Очная форма обучения)<br>Не предусмотрен (Заочная форма обучения)   |
| Курсовая работа | Не предусмотрена (Очная форма обучения)<br>Не предусмотрена (Заочная форма обучения) |
| Курсовой проект | Не предусмотрена (Очная форма обучения)<br>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   | 3     | 6        | 180                        | 5   | 92.5                   | 28   | 0      | 28                                | 0                    | 87.5                        |                                   | 6              |                  |
| Заочная форма обучения | 3     | 6        | 180                        | 5   | 10.5                   | 10   | 0      | 10                                | 0                    | 169.5                       |                                   | 6              |                  |

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

| Код занятия  | Наименование тем занятий  | Трудоемкость, академических часов |
|--|---|-----------------------------------|
| <b>Раздел 1 «Система коммуникационной работы с потребителями»</b>  |   | <b>95.00</b>                      |
| <b>Семинары, практические занятия</b>  |   |                                   |
| П1.1   | Поведение потребителей. История изучения целевой аудитории                        | 2.00                              |
| П1.2   | Потребности и намерения потребителей  | 2.00                              |
| П1.3   | Процесс принятия решения  | 4.00                              |
| П1.4   | Виды коммуникационной работы с потребителями в сфере интегрированных коммуникаций | 4.00                              |
| П1.5   | Подходы к формированию моделей коммуникации с различными группами потребителей    | 4.00                              |
| <b>Самостоятельная работа</b>  |   |                                   |
| С1.1   | Подготовка к практическим и семинарским занятиям                                  | 26.00                             |
| С1.2   | Подготовка к текущей аттестации   | 17.00                             |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>   |   |                                   |
| КВР1.1   | Контактная внеаудиторная работа   | 36.00                             |
| <b>Раздел 2 «Изучение и оценка факторов, влияющих на потребительское поведение в сфере интегрированных коммуникаций»</b> |   | <b>81.00</b>                      |
| <b>Семинары, практические занятия</b>  |   |                                   |
| П2.1   | Факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей                  | 4.00                              |
| П2.2   | Психологические факторы влияния на поведение потребителей                         | 4.00                              |
| П2.3   | Коммуникационные стимулы, влияющие на поведение целевой аудитории                 | 4.00                              |
| <b>Самостоятельная работа</b>  |   |                                   |
| С2.1   | Подготовка докладов и презентаций по темам раздела                                | 25.00                             |
| С2.2   | Решение кейсовых задач и ситуаций   | 16.00                             |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>   |   |                                   |
| КВР2.1   | Контактная внеаудиторная работа   | 28.00                             |
| <b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>  |   | <b>4.00</b>                       |
| З3.1   | Подготовка к сдаче зачета   | 3.50                              |
| КВР3.1   | Сдача зачета  | 0.50                              |
| <b>ИТОГО</b>   |   | <b>180.00</b>                     |

### Заочная форма обучения

| Код занятия | Наименование тем занятий | Трудоемкость, академических часов |
|-------------|--------------------------|-----------------------------------|
|-------------|--------------------------|-----------------------------------|

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Раздел 1 «Система коммуникационной работы с потребителями»</b>  |   |  |
| <b>Семинары, практические занятия</b>  |   |  |
| П1.1   | Поведение потребителей. История изучения целевой аудитории                        |  |
| П1.2   | Потребности и намерения потребителей  |  |
| П1.3   | Процесс принятия решения  |  |
| П1.4   | Виды коммуникационной работы с потребителями в сфере интегрированных коммуникаций |  |
| П1.5   | Подходы к формированию моделей коммуникации с различными группами потребителей    |  |
| <b>Самостоятельная работа</b>  |   |  |
| С1.1   | Подготовка к практическим и семинарским занятиям                                  |  |
| С1.2   | Подготовка к текущей аттестации   |  |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>   |   |  |
| КВР1.1   | Контактная внеаудиторная работа   |  |
| <b>Раздел 2 «Изучение и оценка факторов, влияющих на потребительское поведение в сфере интегрированных коммуникаций»</b> |   |  |
| <b>Семинары, практические занятия</b>  |   |  |
| П2.1   | Факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей                  |  |
| П2.2   | Психологические факторы влияния на поведение потребителей                         |  |
| П2.3   | Коммуникационные стимулы, влияющие на поведение целевой аудитории                 |  |
| <b>Самостоятельная работа</b>  |   |  |
| С2.1   | Подготовка докладов и презентаций по темам раздела                                |  |
| С2.2   | Решение кейсовых задач и ситуаций   |  |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>   |   |  |
| КВР2.1   | Контактная внеаудиторная работа   |  |
| <b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>  |   |  |
| З3.1   | Подготовка к сдаче зачета   |  |
| КВР3.1   | Сдача зачета  |  |
| <b>ИТОГО</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)**

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

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

1) Романова, Н. Р. Актуальные проблемы массовых коммуникаций : учебное пособие / Н. Р. Романова. - Иваново : ИГЭУ, 2019. - 120 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/154534> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Паршукова, Г. Б. Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций : учебное пособие / Г.Б. Паршукова. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. - 71 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7782-3287-7 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576452/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Бурмистрова, Е. В. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Е. В. Бурмистрова, Л. М. Мануйлова. - Омск : ОмГПУ, 2016. - 104 с. - ISBN 978-5-8268-2028-5 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/129692> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

6) Синдяев, А. В. Особенности аудитории российских СМИ / А.В. Синдяев. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 217 с. - ISBN 978-5-504-00800-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140092/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

7) Шарков, Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современ. коммуникацион. систем и технологий. - М. : Дашков и К, 2012. - 324 с. - Библиогр.: с. 320-324. - ISBN 978-5-394-00792-7 : 266.20 р. - Текст : непосредственный.

8) Шарков, Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современ. коммуникацион. систем и технологий. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2012. - 336 с. - Библиогр.: с. 319-322. - ISBN 978-5-394-00783-5 : 266.20 р. - Текст : непосредственный.

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

2) Макарова, Т. Н. Поведение потребителей : практикум / Т.Н. Макарова. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 66 с. - ISBN 978-5-4475-4621-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

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

1) Системность массовых коммуникаций: образы «свой-чужой» в инфодемии : монография / В.Л. Музыкант, В.В. Барабаш, Г.А. Бордюгов, Е.А. Котеленец, Ю.П. Буданцев, Е.Ю. Бурдовская. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2021. - 369 с. : табл., ил. - ISBN 978-5-4499-1694-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600809/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Удереvский, С. Э. Гендерный подход при определении целевой аудитории / С.Э. Удереvский. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 121 с. - ISBN 978-5-504-00850-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139741/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

### **Учебно-методические издания**

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

2) Менчикова, Ксения Юрьевна. Целевая аудитория в связях с общественностью: типологизация и сегментирование : видеолекция: дисциплина "Введение в специальность" / К. Ю. Менчикова ; ВятГУ. - Киров : ВятГУ, [2015]. - + 1 on-line. - Загл с экрана. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/tselevaya-auditoriya-v>

svyazyakh-s-obshchestvennostyu-tipologizatsiya-i-segmentirovanie (дата обращения: 19.11.2015). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

3) Макаров, Станислав Павлович. Аудитория СМИ : видеолекция: дисциплина "Основы журналистики" / С. П. Макаров ; ВятГУ. - Киров : ВятГУ, [2017]. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/auditoriya-smi-0> (дата обращения: 12.05.2017). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

### **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   |
|---|
| Компьютер в сборе Corp Optima 1   |
| МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-A141V С ЭКРАНОМ НАСТЕННЫМ 180*180СМ,<br>ШТАТИВОМ PROFFIX 63-100СМ И КАБЕЛЕМ VGA 15.2М |
| 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=92407](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=92407)