

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_92416
Актуализировано: 17.06.2021

Рабочая программа дисциплины
Технологии создания рекламного и PR-продукта

	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

Киров, 2018 г.

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Игошина Юлия Викторовна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Сформировать у обучающихся целостное понимание комплекса рекламных и PR-продуктов, их места в коммуникационной стратегии, сформировать навыки освоения технологий разработки, производства и оценки рекламных и PR-продуктов
Задачи дисциплины	Изучить виды, формы и правила создания рекламных и PR-продуктов Ознакомиться с проектированием и технологиями производства продуктов в разных видах рекламы, PR-продуктов

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

Компетенция ОПК-1

Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем		
Знает	Умеет	Владеет
основы теории и практики массовой информации, правила создания медиатекстов и медиaproдуктов	адаптировать нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем к созданию медиатекстов и медиапродуктов	навыками создания и оценки эффективности медиатекстов и медиапродуктов

Компетенция ОПК-6

Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии		
Знает	Умеет	Владеет
основы информационных технологий	ориентироваться в специфике современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	навыками использования в профессиональной деятельности современных технических средств и информационно-коммуникационные технологии

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Место рекламного и PR-продукта в коммуникационной деятельности	ОПК-1
2	Технологии создания продуктов в разных видах рекламы	ОПК-1, ОПК-6
3	Технологии создания PR-продуктов	ОПК-1
4	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-1, ОПК-6

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения) 3, 5 семестр (Заочная форма обучения)
Экзамен	1, 2, 3 семестр (Очная форма обучения) Не предусмотрен (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, 2	1, 2, 3	360	10	198	126	18	108	0	162			1, 2, 3
Заочная форма обучения	2, 3	3, 4, 5	360	10	37	36	16	20	0	323		3, 5	

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Место рекламного и PR-продукта в коммуникационной деятельности»		81.00
Лекции		
Л1.1	Место и функции рекламного и PR-продукта в коммуникационной кампании	
Л1.2	Алгоритмы оценки эффективности рекламного и PR-продукта	
Семинары, практические занятия		
П1.1	Понятие и характеристики продукта в рекламе и связях с общественностью	6.00
П1.2	Место и функции рекламного и PR-продукта в коммуникационной кампании	6.00
П1.3	Сходства и различия рекламного и PR-продукта	6.00
П1.4	Коммуникационный продукт как основа взаимодействия с аудиторией	6.00
П1.5	Алгоритмы оценки эффективности рекламного и PR-продукта	6.00
П1.6	Особенности рекламных и PR-продуктов для внутренних коммуникаций	6.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Продуктовый результат в рекламе и связях с общественностью: понятие и характеристики продукта	8.00
С1.2	Место рекламного и PR-продукта в коммуникационной кампании, взаимодействие с аудиторией	9.00
С1.3	Алгоритмы оценки эффективности рекламного и PR-продукта	9.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	19.00
Раздел 2 «Технологии создания продуктов в разных видах рекламы»		117.00
Лекции		
Л2.1	Рекламные продукты в печатной, полиграфической, наружной рекламе	4.00
Л2.2	Аудиовизуальные рекламные продукты: фото, видео, аудио	6.00
Л2.3	Рекламные продукты в интернет-рекламе и SMM	4.00
Л2.4	Новые технологии производства рекламных продуктов и тенденции их развития	4.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Продукты рекламы в печатных СМИ	4.00
П2.2	Продукты полиграфической и сувенирной рекламы	4.00
П2.3	Продукты наружной рекламы	4.00

П2.4	Рекламные продукты в местах продаж	4.00
П2.5	Рекламные продукты аудиоформатов	4.00
П2.6	Визуальный рекламный продукт: фото	4.00
П2.7	Визуальный рекламный продукт: видео	4.00
П2.8	Специфические продукты интернет-рекламы	4.00
П2.9	Продающие продукты SMM	4.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Рекламный продукт в печатной, полиграфической, наружной рекламе	12.00
С2.2	Визуальный рекламный продукт: фото, видео	12.50
С2.3	Рекламный продукт в интернет-рекламе	12.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	26.50
Раздел 3 «Технологии создания PR-продуктов»		81.00
Лекции		
Л3.1	Характеристики, виды, форматы PR-продуктов	
Л3.2	Виды и форматы PR-документов	
Л3.3	Виды и жанры PR-текстов	
Л3.4	Технологии организации специальных событий	
Семинары, практические занятия		
П3.1	Характеристики, виды, форматы PR-продуктов	6.00
П3.2	Специфика создания PR-продуктов	6.00
П3.3	PR-документ как продукт внутренних коммуникаций	6.00
П3.4	Виды и форматы PR-документов: концепция, бюджет, техническое задание, отчет и др.	6.00
П3.5	Виды и жанры PR-текстов: пресс-релиз, медиацит, бэкграунд, байлайнер и др.	6.00
П3.6	Продуктовый результат организации специальных событий	6.00
Самостоятельная работа		
С3.1	Специфика создания PR-продуктов	13.00
С3.2	Технология организации специальных событий	13.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	19.00
Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		81.00
34.1	Подготовка к сдаче зачета	
34.2	Подготовка к сдаче зачета	
Э4.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
Э4.2	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
Э4.3	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР4.1	Сдача зачета	
КВР4.2	Сдача зачета	
КВР4.6	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР4.7	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР4.8	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР4.3	Сдача экзамена	0.50
КВР4.4	Сдача экзамена	0.50
КВР4.5	Сдача экзамена	0.50

ИТОГО	360.00
--------------	---------------

Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Место рекламного и PR-продукта в коммуникационной деятельности»		82.00
Лекции		
Л1.1	Место и функции рекламного и PR-продукта в коммуникационной кампании	2.00
Л1.2	Алгоритмы оценки эффективности рекламного и PR-продукта	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Понятие и характеристики продукта в рекламе и связях с общественностью	
П1.2	Место и функции рекламного и PR-продукта в коммуникационной кампании	1.00
П1.3	Сходства и различия рекламного и PR-продукта	1.00
П1.4	Коммуникационный продукт как основа взаимодействия с аудиторией	2.00
П1.5	Алгоритмы оценки эффективности рекламного и PR-продукта	2.00
П1.6	Особенности рекламных и PR-продуктов для внутренних коммуникаций	
Самостоятельная работа		
С1.1	Продуктовый результат в рекламе и связях с общественностью: понятие и характеристики продукта	24.00
С1.2	Место рекламного и PR-продукта в коммуникационной кампании, взаимодействие с аудиторией	24.00
С1.3	Алгоритмы оценки эффективности рекламного и PR-продукта	24.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 2 «Технологии создания продуктов в разных видах рекламы»		58.00
Лекции		
Л2.1	Рекламные продукты в печатной, полиграфической, наружной рекламе	1.00
Л2.2	Аудиовизуальные рекламные продукты: фото, видео, аудио	1.00
Л2.3	Рекламные продукты в интернет-рекламе и SMM	1.00
Л2.4	Новые технологии производства рекламных продуктов и тенденции их развития	1.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Продукты рекламы в печатных СМИ	
П2.2	Продукты полиграфической и сувенирной рекламы	

П2.3	Продукты наружной рекламы	
П2.4	Рекламные продукты в местах продаж	
П2.5	Рекламные продукты аудиоформатов	
П2.6	Визуальный рекламный продукт: фото	
П2.7	Визуальный рекламный продукт: видео	1.00
П2.8	Специфические продукты интернет-рекламы	1.00
П2.9	Продающие продукты SMM	
Самостоятельная работа		
С2.1	Рекламный продукт в печатной, полиграфической, наружной рекламе	17.00
С2.2	Визуальный рекламный продукт: фото, видео	18.00
С2.3	Рекламный продукт в интернет-рекламе	17.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 3 «Технологии создания PR-продуктов»		212.00
Лекции		
ЛЗ.1	Характеристики, виды, форматы PR-продуктов	2.00
ЛЗ.2	Виды и форматы PR-документов	2.00
ЛЗ.3	Виды и жанры PR-текстов	2.00
ЛЗ.4	Технологии организации специальных событий	2.00
Семинары, практические занятия		
ПЗ.1	Характеристики, виды, форматы PR-продуктов	2.00
ПЗ.2	Специфика создания PR-продуктов	2.00
ПЗ.3	PR-документ как продукт внутренних коммуникаций	2.00
ПЗ.4	Виды и форматы PR-документов: концепция, бюджет, техническое задание, отчет и др.	2.00
ПЗ.5	Виды и жанры PR-текстов: пресс-релиз, медиаакт, бэкграунд, байлайнер и др.	2.00
ПЗ.6	Продуктовый результат организации специальных событий	2.00
Самостоятельная работа		
СЗ.1	Специфика создания PR-продуктов	100.00
СЗ.2	Технология организации специальных событий	92.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		8.00
34.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
34.2	Подготовка к сдаче зачета	3.50
Э4.1	Подготовка к сдаче экзамена	
Э4.2	Подготовка к сдаче экзамена	
Э4.3	Подготовка к сдаче экзамена	
КВР4.1	Сдача зачета	0.50
КВР4.2	Сдача зачета	0.50
КВР4.6	Консультация перед экзаменом	
КВР4.7	Консультация перед экзаменом	
КВР4.8	Консультация перед экзаменом	
КВР4.3	Сдача экзамена	
КВР4.4	Сдача экзамена	

КВР4.5	Сдача экзамена	
ИТОГО		360.00

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) Феофанов, Олег Александрович. Реклама и новые технологии в России : учеб. пособие для подготовки профессионалов в сфере рекламы / О.А. Феофанов. - СПб. : Питер, 2004. - 384 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 5-272-00037-4 : 75.35 р. - Текст : непосредственный.

2) Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Лашкова, Елена Григорьевна. Организация и проведение коммуникационных кампаний : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко. - М. : Академия, 2014. - 272 с. : ил. - (Высшее профессиональное образование. Реклама и связи с общественностью) (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 266-268. - ISBN 978-5-7695-6747-6 : 658.27 р. - Текст : непосредственный.

4) Шарков, Феликс Изосимович. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по спец. "Реклама" / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина. - М. : Дашков и К, 2007. - 340 с. - Библиогр.: с. 337-338. - Указ. терминов: с. 292-336. - ISBN 5-91131-006-6 : 158.63 р., 158.63 р., 200.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

б) Суворова, Н. Н. Языковые и структурные особенности текста в рекламе : практикум для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью» / Н.Н. Суворова. - М. | Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-4475-9178-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460213/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

1) Учебно-методическое пособие для студентов гуманитарного факультета по специальности «Реклама и связи с общественностью» - Public Relations. Специализация: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (транспорт) (РЕК)». - Санкт-Петербург : СПбГУ ГА. - Текст : электронный. Ч. 2. - Санкт-Петербург : СПбГУ ГА, 2016. - 113 с. - ISBN 978-5-4334-0269-0 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/145532> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань.

2) Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе : учебное пособие / Ю.С. Бернадская. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 135 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01245-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436693/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Тюнюкова, Е. В. Разработка рекламного продукта : электронное учебное пособие для сопровождения лекций / Е. В. Тюнюкова. - Новосибирск : СГУПС, 2019. - 104 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/164643> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

4) 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.

5) Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. для студ. вузов, обучающихся по спец. "Реклама" / под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : Экономистъ, 2006. - 640 с. : ил. - (Номо Faber). - Библиогр. в конце разд. - ISBN 5-98118-159-1 : 206.08 р., 256.74 р. - Текст : непосредственный.

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 480IV СО ВСТРОЕННЫМ ПРОЕКТОРОМ V25 С КАБЕЛЕМ VGA 15,2М С-GM/GM-50
МОНОБЛОК ICL RAY S 922.Mi.5 (БЕЛЫЙ)
НОУТБУК ASUS 15,6"
ПРОЕКТОР CASIO XJ-UT331X

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=92416