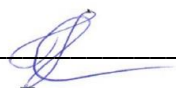


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Игошина Ю. В.



Номер регистрации
РПД_3-42.03.01.03_2019_99651
Актуализировано: 15.04.2021

Рабочая программа дисциплины
Маркетинговые и медиаисследования

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	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

Фокина Ольга Васильевна

ФИО

Соловьёва Анастасия Васильевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Приобретение теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований и медиаисследования рынка, понимания необходимости информационного обеспечения управленческих решений в профессиональной деятельности как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности на конкурентных рынках.
Задачи дисциплины	- изучение основных этапов проведения маркетинговых исследований и специфики информационного обеспечения маркетинговых решений; - изучение основных методов проведения маркетинговых исследований и методов сбора маркетинговой информации; - изучение основных методов проведения медиаисследований; - изучение основных требований к разработке форм для сбора данных и подготовки данных к анализу; - приобретение навыков оценки надежности и достоверности полученных результатов; - приобретение навыков анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований и написания отчета о проведенном исследовании с учетом особенностей анализируемого рынка; - изучение тенденций и новых инструментов маркетинговых и медиаисследований региона, страны и мира.

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
этапы, закономерности и тенденции исторического развития общества и общественных институтов	анализировать и учитывать в профессиональной деятельности этапы, закономерности и тенденции исторического развития общества и общественных институтов	навыками, позволяющими анализировать и учитывать в профессиональной деятельности этапы, закономерности и тенденции исторического развития общества и общественных институтов

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
принципы и механизмы экономического развития	применять в профессиональной	навыками, позволяющими применять в

общества в рамках существующих правовых и этических норм	деятельности знания о принципах и механизмах экономического развития общества в рамках существующих правовых и этических норм	профессиональной деятельности знания о принципах и механизмах экономического развития общества в рамках существующих правовых и этических норм
--	---	--

Компетенция УК-1

Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		
Знает	Умеет	Владеет
основы философских знаний, принципы поиска, анализа и синтеза информации для формирования мировоззренческой позиции	применять системный подход для решения поставленных задач и использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	навыками поиска, анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач и использования основ философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

Структура дисциплины Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Маркетинговые и медиаисследования в системе информационного обеспечения	ОПК-2, ОПК-5, УК-1
2	Планирование маркетинговых исследований и медиаисследований	УК-1
3	Выбор метода исследования и методов сбора информации в маркетинговых и медиаисследованиях	УК-1
4	Медиаплан и медиапланирование	ОПК-5, УК-1
5	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-2, ОПК-5, УК-1

Формы промежуточной аттестации

Зачет	5 семестр (Очная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудовоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоёмкость)		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	5	108	3	77	54	18	36	0	31		5	

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Маркетинговые и медиаисследования в системе информационного обеспечения»		24.00
Лекции		
Л1.1	Сущность, предмет и задачи курса "Маркетинговые исследования и медиаисследования"	1.00
Л1.2	Специфика маркетинговой информации и медиа информации	1.00
Л1.3	Технология проведения маркетинговых и медиа исследований	1.00
Л1.4	Маркетинговая информационная система	1.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Основные этапы маркетинговых исследований и медиаисследований	2.00
П1.2	Выбор приема выявления проблемы	2.00
П1.3	Формирование рабочей гипотезы решения проблемы методом логико-смыслового моделирования проблемы	2.00
П1.4	Оценка необходимости проведения маркетинговых исследований и медиаисследований	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Определение предмета и объекта исследования	2.00
С1.2	Основные подходы к формированию рабочей гипотезы решения проблемы исследования	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	6.00
Раздел 2 «Планирование маркетинговых исследований и медиаисследований»		34.00
Лекции		
Л2.1	Способы организации маркетинговых исследований	1.00
Л2.2	Способы организации медиаисследований	1.00
Л2.3	Планирование программы исследования	1.00
Л2.4	Основные подходы к определению объема выборки	1.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Разработка графика проведения медиапланирования	2.00
П2.2	Разработка графика проведения маркетинговых исследований	2.00
П2.3	Разработка форм для сбора данных: разработка анкеты	4.00
П2.4	Определение объема выборки	2.00
П2.5	Расчет количества интервьюеров для проведения маркетинговых исследований	2.00
П2.6	Организация и контроль работы полевого персонала	2.00
Самостоятельная работа		

C2.1	Изучение основных подходов к планированию исследований	2.00
C2.2	Разработка и предтестирование анкеты	4.00
C2.3	Организация и контроль работы полевого персонала	2.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 3 «Выбор метода исследования и методов сбора информации в маркетинговых и медиаисследованиях»		26.50
Лекции		
Л3.1	Основные методы исследований и методы сбора маркетинговой информации	4.00
Л3.2	Основные методы исследований и методы сбора медиаинформации	2.00
Семинары, практические занятия		
ПЗ.1	Методы сбора информации	4.00
ПЗ.2	Анализ и обработка экспертных оценок	2.00
Самостоятельная работа		
СЗ.1	Количественные и качественные методы сбора маркетинговой информации	3.00
СЗ.2	Формирование экспертной группы для проведения маркетинговых исследований	2.00
СЗ.3	Определение направлений маркетинговых исследований на основе экспертных оценок	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	5.50
Раздел 4 «Медиаплан и медиапланирование»		19.50
Лекции		
Л4.1	Методы анализа данных в медиапланировании	2.00
Л4.2	Потенциальные источники ошибок при проведении медиапланировании	1.00
Л4.3	Специфика проведения исследований на медиа рынках	1.00
Семинары, практические занятия		
П4.1	Построение медиаплана	4.00
П4.2	Анализ данных медиаисследования	4.00
Самостоятельная работа		
С4.1	Методы анализа данных в медиапланировании	2.00
С4.2	Составление отчета по маркетинговым и медиаисследованиям	2.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	3.00
Раздел 5 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		4.00
35.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР5.1	Сдача зачета	0.50
ИТОГО		108.00

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) Галицкий, Ефим Борисович. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 570 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3640-7 : Б. ц. - URL: <https://urait.ru/bcode/425174> (дата обращения: 08.05.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.
- 2) Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322. - ISBN 978-5-394-00783-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 3) Матвеева, Л. Г. Маркетинговые информационные системы : учебное пособие / Л.Г. Матвеева. - Ростов на Дону : Издательство Южного федерального университета, 2015. - 224 с. - ISBN 978-5-9275-1785-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461934/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 4) Галицкий, Ефим Борисович. Маркетинговые исследования : учеб. для магистров : учеб. для студ. вузов, обучающихся по экон. направлениям и спец. / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский ун-т. - М. : Юрайт, 2012. - 540 с. - (Магистр). - Библиогр.: с. 538-540. - ISBN 978-5-9916-1537-2 : 415.80 р., 410.96 р. - Текст : непосредственный.
- 5) Сафронова, Наталья Борисовна. Маркетинговые исследования : учеб. пособие для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки "Торговое дело" (профиль "Маркетинг") / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - М. : Дашков и К, 2013. - 296 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 290-293. - ISBN 978-5-394-01470-3 : 205.70 р. - Текст : непосредственный.
- 6) 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.
- 7) Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / Финан. ун-т при Правительстве РФ ; ред. С. В. Карпова. - Москва : Юрайт, 2017. -

456 с. : рис., ил., фото. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 376-377 (27 назв.). - ISBN 978-5-534-00354-3 : 1122.54 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для СПО / Д. В. Тюрин. - Москва : Юрайт, 2019. - 342 с. - ISBN 978-5-9916-4561-4 : Б. ц. - URL: <https://biblio-online.ru/book/marketingovye-issledovaniya-426329> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

2) Медиакультура: словарь терминов и понятий. - 2-е изд., стер. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 197 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-2799-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494604/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Игрунова, О. М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг. 1 : учебное издание / О.М. Игрунова. - 2-е изд., стер. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 102 с. - ISBN 978-5-4475-6041-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Шагрова, Г. В. Методы исследования и моделирования информационных процессов и технологий : учебное пособие / Г.В. Шагрова. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 180 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458289/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Чеглакова, Лариса Сергеевна. Маркетинговые исследования в рекламе : видеолекция: дисциплина "Маркетинговые исследования в рекламе" / Л. С. Чеглакова ; ВятГУ. - Киров : ВятГУ, [2015]. - + 1 on-line. - Загл с экрана. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/marketingovye-issledovaniya-v-reklame> (дата обращения: 19.11.2015). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

6) Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. - 70 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/153131> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

7) Малышева, Е. Г. Методология и методы медиаисследований : учебное пособие / Е.Г. Малышева, О.С. Рогалева. - Омск : ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, 2017. - 132 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7779-2082-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563025/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебно-методические издания

1) Созинова, Анастасия Андреевна. Маркетинговое исследование рынка : видеолекция: дисциплина "Маркетинговое консультирование" / А. А. Созинова ; ВятГУ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, [2017]. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/marketingovoe-issledovanie-rynka-0> (дата обращения: 15.09.2017). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

2) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Организация прикладных исследований : видеолекция: дисциплина "Маркетинг" / Т. А. Бурцева ; ВятГУ, ФЭМ, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, [2015]. - + 2 on-line. - Загл с экрана. - Б. ц. - URL: <http://online.do-kirov.ru/content/organizatsiya-prikladnykh-issledovaniy> (дата обращения: 19.11.2015). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

Периодические издания

1) Социологическая наука и социальная практика. - М. : Институт социологии РАН. - Выходит ежеквартально. - ISSN 2308-6416. - Текст : непосредственный.

Учебно-наглядное пособие

1) Экономическая теория : учебное наглядное пособие для студентов всех направлений и форм обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФЭиФ, каф. ЭК ; сост. Л. А. Суворова. - 3-е изд. - Киров : ВятГУ, 2020. - Б. ц. - Текст : электронный.

2) Маркетинговые исследования : 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. - 48 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
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
НОУТБУК HP 4530s Intel Core i3-2350M/15.6 HD AG LED SVA
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=99651