

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\_2020\_112667  
Актуализировано: 14.02.2021

**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

Киров, 2020 г.

## 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение основных этапов проведения маркетинговых исследований и специфики информационного обеспечения маркетинговых решений;</li> <li>- изучение основных методов проведения маркетинговых исследований и методов сбора маркетинговой информации;</li> <li>- изучение основных методов проведения медиаисследований;</li> <li>- изучение основных требований к разработке форм для сбора данных и подготовки данных к анализу;</li> <li>- приобретение навыков оценки надежности и достоверности полученных результатов;</li> <li>- приобретение навыков анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований и написания отчета о проведенном исследовании с учетом особенностей анализируемого рынка;</li> <li>- изучение тенденций и новых инструментов маркетинговых и медиаисследований региона, страны и мира.</li> </ul>

### 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		
<b>Знает</b>	<b>Умеет</b>	<b>Владеет</b>
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)

### 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	5	108	3	87.5	72	36	36	0	20.5		5	

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Маркетинговые и медиаисследования в системе информационного обеспечения»</b>		<b>22.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Сущность, предмет и задачи курса "Маркетинговые исследования и медиаисследования"	2.00
Л1.2	Специфика маркетинговой информации и медиа информации	2.00
Л1.3	Технология проведения маркетинговых и медиа исследований	2.00
Л1.4	Маркетинговая информационная система	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
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
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Определение предмета и объекта исследования	1.00
С1.2	Основные подходы к формированию рабочей гипотезы решения проблемы исследования	1.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	4.00
<b>Раздел 2 «Планирование маркетинговых исследований и медиаисследований»</b>		<b>33.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Способы организации маркетинговых исследований	2.00
Л2.2	Способы организации медиаисследований	2.00
Л2.3	Планирование программы исследования	2.00
Л2.4	Основные подходы к определению объема выборки	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
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
<b>Самостоятельная работа</b>		

C2.1	Изучение основных подходов к планированию исследований	2.00
C2.2	Разработка и предтестирование анкеты	2.00
C2.3	Организация и контроль работы полевого персонала	1.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	6.00
<b>Раздел 3 «Выбор метода исследования и методов сбора информации в маркетинговых и медиаисследованиях»</b>		<b>27.00</b>
<b>Лекции</b>		
ЛЗ.1	Основные методы исследований и методы сбора маркетинговой информации	8.00
ЛЗ.2	Основные методы исследований и методы сбора медиаинформации	4.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
ПЗ.1	Методы сбора информации	4.00
ПЗ.2	Анализ и обработка экспертных оценок	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
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	2.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	2.00
<b>Раздел 4 «Медиаплан и медиапланирование»</b>		<b>22.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л4.1	Методы анализа данных в медиапланировании	4.00
Л4.2	Потенциальные источники ошибок при проведении медиапланировании	2.00
Л4.3	Специфика проведения исследований на медиа рынках	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П4.1	Построение медиаплана	4.00
П4.2	Анализ данных медиаисследования	4.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С4.1	Методы анализа данных в медиапланировании	2.00
С4.2	Составление отчета по маркетинговым и медиаисследованиям	1.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	3.00
<b>Раздел 5 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>4.00</b>
35.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР5.1	Сдача зачета	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>108.00</b>



Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

## Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета [www.vyatsu.ru](http://www.vyatsu.ru).

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

### **Учебная литература (основная)**

1) 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://biblioonline.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) Гущина, Наталья Леонидовна. Международные маркетинговые исследования : видеолекция: дисциплина "Международный маркетинг" / Н. Л. Гущина ; ВятГУ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, [2017]. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/mezhdunarodnye-marketingovye-issledovaniya> (дата обращения: 28.02.2017). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

### **Учебно-методические издания**

1) Гущина, Наталья Леонидовна. Комплекс средств маркетинга территорий: местоположение территориального продукта, продвижение территориального продукта : видеолекция: дисциплина "Маркетинг территорий" / Н. Л. Гущина ; ВятГУ, ФМиС, каф. ГМУ. - Киров : ВятГУ, [2017]. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/kompleks-sredstv-marketinga-territorii-mestopolozhenie-territorialnogo-produkta-prodvizhenie> (дата обращения: 13.07.2017). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

2) 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.

3) 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.

#### **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
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=112667](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=112667)