

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский



_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Модели измерения эффективности программ по геобрендингованию

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Геобрендинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Гайсина Э.И. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Ealina.Gajsina@kpfu.ru ; старший преподаватель, к.н. Зиятдинова Э.М. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), EIMZiyatdinova@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-4	способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности
ОК-6	способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне
ОПК-1	способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
ОПК-2	способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК-4	способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов
ОПК-7	способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности
ОПК-9	способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности
ПК-11	способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов
ПК-22	способностью интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации
ПК-26	способностью применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации
ПК-3	способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
ПК-8	способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- стратегии создания и продвижения территориального бренда;
- модели геобрендингования;
- принципы формирования территориальных брендов;
- принципы управления территориальными брендами;

Должен уметь:

- анализировать существующие модели измерения эффективности брендов территорий;
- применять на практике технологии создания и продвижения бренда территории;
- выявлять отличительные черты территории для определения стратегии и модели территориального брендинга;

Должен владеть:

- методами исследования территорий;
- навыками организации процесса брендингования территории;
- технологиями создания и продвижения бренда территории;

Должен демонстрировать способность и готовность:

- анализировать существующие модели измерения эффективности брендов территорий;
- применять на практике технологии создания и продвижения бренда территории;
- выявлять отличительные черты территории для определения стратегии и модели территориального брендинга;
- использовать методы исследования территорий;
- применять навыки организации процесса брендингования территории;
- применять на практике знания по построению стратегий территориального брендинга

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.6 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью (Геобрендинг)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 2 курсе в 4 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 34 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 18 часа(ов), лабораторные работы - 16 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 83 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 27 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 4 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Ценность территориального бренда	4	0	2	0	9
2.	Тема 2. Сила территориального бренда	4	0	2	2	9
3.	Тема 3. Рейтинговый метод в измерении эффективности развития территорий	4	0	2	2	9
4.	Тема 4. Имиджевые рейтинги и их роль в измерении эффективности процессов геобрендингования	4	0	2	2	10
5.	Тема 5. Рейтинги "мягкой силы" в измерении эффективности территориального бренда	4	0	2	2	10

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
6.	Тема 6. Рейтинг национальных брендов С.Анхольта и его методика	4	0	2	2	9
7.	Тема 7. Рейтинг репутации стран мира. Глобальный индекс Восток-Запад 200	4	0	2	2	9
8.	Тема 8. Индекс "мягкой силы"? ИФГ-Монокль. Индекс "мягкой силы"? для стран с быстроразвивающимися рынками	4	0	2	2	9
9.	Тема 9. Модель измерения стоимости бренда	4	0	2	2	9
	Итого		0	18	16	83

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Ценность территориального бренда

Понятие "Ценность территориального бренда" сквозь призму определения результатов маркетинга территорий. Оценка силы территории и ее стоимости как ключевые понятия для определения ценности геобренда. Ценность аренда как способность помогать в решении социально-экономических и политических проблем территории, обеспечивать ее привлекательность и приносить доходы, необходимые для дальнейшего развития.

Тема 2. Сила территориального бренда

Подходы к понимаю "силы бренда". Оценка силы бренда. Показатели в оценке силы территориального бренда. Потребительские и экспертные показатели в оценке силы территориального бренда и их основные характеристики. Факторы, влияющие

на оценку силы территориального бренда: способность доминировать на уровне восприятия, сопротивляться внутренним и внешним факторам негативного характера

Тема 3. Рейтинговый метод в измерении эффективности развития территорий

Сущность рейтингового метода в измерении эффективности различных процессов. Рейтинговые методы в геобрендинговании и особенности их использования. Виды рейтинговых методов и причины их популярности. Сильные и слабые стороны рейтингового метода в процессе измерения эффективности развития территорий. Факторы, влияющие на создание рейтингов территорий.

Тема 4. Имиджевые рейтинги и их роль в измерении эффективности процессов геобрендингования

Сущность имиджевых рейтингов в территориальном брендинге. Виды имиджевых рейтингов в геобрендинге. Показатели, определяющие имиджевые рейтинги территорий. Сильные и слабые стороны имиджевых рейтингов в процессе измерения эффективности геобрендингования. Факторы, влияющие на создание имиджевых рейтингов территорий.

Тема 5. Рейтинги "мягкой силы" в измерении эффективности территориального бренда

Сущность рейтингов "мягкой силы" в территориальном брендинге. Виды рейтингов "мягкой силы" в геобрендинге. Показатели, определяющие рейтинги "мягкой силы" территорий. Сильные и слабые стороны рейтингов "мягкой силы" в процессе измерения эффективности геобрендингования. Факторы, влияющие на создание рейтингов "мягкой силы" территорий.

Тема 6. Рейтинг национальных брендов С.Анхольта и его методика

Рейтинг национальных брендов С.Анхольта (Anholt-GfK Nation Brands IndexSM - NBISM) и его сущность. Шесть ключевых атрибутов рейтинга национальных брендов и параметры, которыми они определяются. Сильные и слабые стороны рейтинга национальных брендов в процессе измерения эффективности геобрендингования. Факторы, влияющие на создание рейтинга национальных брендов.

Тема 7. Рейтинг репутации стран мира. Глобальный индекс Восток-Запад 200

Рейтинг репутации стран мира (Country RepTrak?) и его сущность. "уважение", "привязанность", "восхищение", "доверие" как основные термины рейтинга репутации стран мира. Параметры измерения репутации. Глобальный индекс Восток-Запад 200 (East West Global Index 200) и его сущность. Параметры оценки национальных брендов согласно глобальному индексу Восток-Запад 200.

Тема 8. Индекс "мягкой силы"? ИФГ-Монокль. Индекс "мягкой силы"? для стран с быстроразвивающимися рынками

Индекс "мягкой силы" ИФГ-Монокль (IfG-Monocle Soft Power), его сущность и методология. Критерии и индикаторы индекса "мягкой силы". Субиндексы "мягкой силы". Индекс "мягкой силы" для стран с быстроразвивающимися рынками (Rapid-growth markets soft power index - RGMs) и параметры его расчета. Достоинства и недостатки данного метода.

Тема 9. Модель измерения стоимости бренда

Понятие "стоимости" бренда и основные трудности в ее определении. Модель измерения стоимости бренда: методология глобального исследования и рейтинг ста самых дорогих национальных брендов (Brand Finance Nation Brands 100). показатели, источники информации для измерения стоимости бренда. Достоинства и недостатки модели измерения стоимости бренда.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Future Brand. Country Brand Index. - http://www.futurebrand.com/uploads/CBI-14_15-LR.pdf (

Индекс национальных брендов Anholt-GfK -

<http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/indeks-nacionalnykh-brendov-anholt-gfk-2016/>

Рейтинг 100 национальных брендов. Информационно-аналитический портал ?Гуманитарные технологии?. -

<http://gtmarket.ru/ratings/brand-finance-nation-brands-100/info>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>В ходе подготовки к практическим занятиям изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.</p> <p>Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю.</p> <p>Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью.</p> <p>Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы</p>
лабораторные работы	<p>В ходе подготовки к лабораторным работам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.</p> <p>Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.</p> <p>Своевременное и качественное лабораторной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы</p>
самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа студентов - это форма организации их учебной деятельности, осуществляемая под прямым или косвенным руководством преподавателя, в ходе которой студенты преимущественно или полностью самостоятельно выполняют различного вида задания с целью развития знаний, умений, навыков и личностных качеств.</p> <p>Основные цели самостоятельной работы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> □ развитие познавательных способностей и активности студентов; □ проявление творческой инициативы, организованности и ответственности; □ закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов; □ умение использовать справочную, специальную и дополнительную литературу; □ формирование самостоятельного мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации. □ развитие исполнительских умений.
экзамен	<p>При подготовке к экзамену следует использовать учебную литературу, предназначенную для студентов высших учебных заведений и материал практических занятий курса. При подготовке к экзамену следует использовать фрагмент рабочей программы, раскрывающий содержание тем курса. Этот раздел будет доступен на экзамене и может оказать существенную помощь при подготовке к ответу в аудитории.</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" и магистерской программе "Геобрендинг".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.6 Модели измерения эффективности программ по
геобрендингованию*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Геобрендинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Основная литература:

1.Маркетинг инноваций: Конспект лекций / Киреев В.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/767187>

Управление интеллектуальным капиталом развивающейся компании: Учебное пособие / Н.Н. Шаш. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 368 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/470471>

2.Инвестиционное проектирование: Учебник / Голов Р.С., Балдин К.В., Передеряев И.И., - 4-е изд. - М.:Дашков и К, 2018. - 368 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415324>

Дополнительная литература:

1.Управление персоналом: развитие трудового потенциала : учеб. пособие / М.И. Бухалков. ? М. : ИНФРА-М, 2019. ? 191 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1006759>

2.Коммерциализация разработок и технологий: Конспект лекций / Путилов А.В. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 225 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/767295>

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.6 Модели измерения эффективности программ по
геобрендингованию*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Геобрендинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.