

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

Б.Н. Сейфиева

«29» января 2026 г.

Г.Э. Ирицян

**Планирование коммуникационных кампаний и
мероприятий**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
образовательная программа «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Интегрированные коммуникации»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала

Финансового университета протокол № 32 от 29.01.2026 г.

Новороссийск 2026

Содержание

Наименование разделов РПД		Стр.
1.	Наименование дисциплины	5
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	5
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	7
4.	Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	7
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	8
5.1.	Содержание дисциплины	8
5.2.	Учебно-тематический план	9
5.3.	Содержание семинаров, практических занятий	10
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для	13

	самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	13
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	16
7.	Фондоценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	16
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	23
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	23
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных	23

	справочных систем	
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	24

1. Наименование дисциплины

«Планирование коммуникационных кампаний и мероприятий».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения
ПКП-3	Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций	1. Рассчитывает потребности доступность ресурсов для коммуникационных активностей	Знать: Знать: потребности доступность ресурсов для коммуникационных активностей Уметь: Рассчитывать потребности доступность ресурсов для коммуникационных активностей
		2. Предлагает способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции	Знать: способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции Уметь: определить предложить способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции
		3. Организует	Знать: виды программы проектов для

		программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций	системы интегрированных коммуникаций Уметь: организовать реализацию программ и проектов для системы интегрированных коммуникаций
ПКП-4	Способность обеспечивать правовую защиту и мониторинг нелегального использования созданных результатов коммуникационной деятельности	1. Организует работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей	Знать: Формы организации работ по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей Уметь: Организовать работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей
		2. Координирует работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта	Знать: Ключевые направления мониторинга использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта Уметь: организовать работу по мониторингу использования третьими лицами результатов

			коммуникации организации- объекта
		3. Осуществляет подготовку внесудебной защите результатов коммуникации	Знать: Принципы и порядок внесудебной защите результатов коммуникации Уметь: осуществлять подготовку внесудебной защите результатов коммуникации

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Планирование коммуникационных кампаний и мероприятий» относится к «Профилю "Интегрированные коммуникации"»

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (вз/еи часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа- Аудиторные занятия	50	50
Лекции	16	16
Семинары, практические занятия	34	34
Самостоятельная работа	58	58
Вид текущего	Домашнее творческое	Домашнее творческое

контроля	задание;	задание
Вид промежуточной аттестации	Зачет;	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Тема 1. Коммуникация и коммуникационная кампания

Коммуникационная кампания - основные характеристики и типология. Взаимосвязь коммуникационной активности и основной деятельности организации. Кампания как процесс и проект.

Тема 2. Тема 2. Аудитория, каналы и формы коммуникации.

Аудитория и ее характеристики. Целевая аудитория. Особенности учета форм и методов коммуникаций при планировании коммуникационных кампаний

Тема 3. Тема 3. Стратегия, стратегическое планирование

Цели и задачи стратегического планирования коммуникационной активности. Виды планирования. Медиаплан, хронологический и тематический план.

Методы анализа цели (SMART),

Оперативное планирование. Методы оперативного управления проектами с коррекцией задач (SCRUM)

Тема 4. Тема 4. Планирование в рамках этапов проведения коммуникационных кампаний

Предшествующий и последующие этапы: подготовка (анализ), реализация, оценка эффективности.

Методы сбора данных для планирования кампании. Ситуационный анализ.

Критерии достижения целей и оценки эффективности.

AGILE. Гибкое планирование. Учет в планировании механизмов коррекции задачи оперативного реагирования на изменения.

Тема 5. Ресурсы в рамках коммуникационной кампании

Понятие ресурсы. Определение имеющихся и доступных ресурсов. Необходимые ресурсы, методы определения альтернативных ресурсов. Бюджетирование.

Тема 6. Мероприятие

Кампания как набор взаимосвязанных мероприятий.

Коммуникационное мероприятие. Место мероприятий в рамках коммуникационной кампании. Виды мероприятий. Особенности планирования мероприятий.

5.2. Учебно-тематический план

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Тема 1. Коммуникация коммуникационная кампания	15	6	2	4	9
2	Тема 2. Аудитория, каналы формы коммуникации.	17	8	2	6	9

3	Тема 3. Стратегия, стратегическое планирование	20	10	4	6	10
4	Тема 4. Планирование в рамках этапов проведения коммуникационных кампаний	20	10	4	6	10
5	Тема 5. Ресурсы в рамках коммуникационной кампании	18	8	2	6	10
6	Тема 6. Кампания и мероприятие	18	8	2	6	10
	Итого	108	50	16	34	58

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Тема 1. Коммуникация и коммуникационная кампания	Вопросы для обсуждения: 1. Что такое коммуникация? Существующие типологии коммуникаций	Групповая дискуссия, опрос, анализ кейса, постановка задачи для самостоятельной работы.

	2. Как коммуникационная активность связана с деятельностью организации 3. Чем кампания как процесс отличается от проектного подхода? Рекомендуемые источники из раздела 8, Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники	
Тема 2. Аудитория, каналы и формы коммуникации.	Вопросы для обсуждения: 1. Характеристики аудитории. 2. Аудитория и целевая аудитория 3. Разнообразие целевых аудиторий разнообразие требования к созданию контента для каждой из них. 4. Цифровая аудитория, особенности и отличия. Рекомендуемые источники из раздела 8, Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники	Групповая дискуссия, опрос, анализ кейса, Задание «выбор аудитории» Презентация выполненного задания.
Тема 3. Стратегия, стратегическое планирование	Вопросы для обсуждения: 1. Цель и задачи. Параметры и взаимосвязь цели и задач 2. Методы анализа цели - критерии. 3. Стратегическое и оперативное планирование – сходства и различия 4. Методы оперативного	Опрос, групповая дискуссия, анализ кейсов, задание «определение цели и задач». Презентация выполненного задания.

	управления проектами с коррекцией задач (SCRUM) – возможности и границы применения Рекомендуемые источники из раздела 8, Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники	
Тема 4. Планирование в рамках этапов проведения коммуникационных кампаний	Вопросы для обсуждения: 1. Место планирования в общей структуре коммуникационных кампаний. 2. Значение этапа анализа для планирования 3. Критерии достижения целей и их учет в построении плана 4. Эффективность кампаний – критерии оценки и учет в планировании 5. Гибкое планирование. Учет в планировании механизмов коррекции задач и оперативного реагирования на изменения Рекомендуемые источники из раздела 8, Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники	Опрос, анализ кейса, групповое упражнение, аналитическая работа: соотнесение плана с предполагаемым проведением кампании
Тема 5. Ресурсы в рамках коммуникационной кампании	Вопросы для обсуждения: 1. Понятие ресурсы. Как определить имеющиеся и доступные ресурсы. 2. Необходимые ресурсы, методы	Опрос, групповая дискуссия, анализ кейсов, задание «определение ресурсов» Презентация выполненного задания.

	определения альтернативных ресурсов 3.Бюджетирование кампании. Особенности формирования бюджета Рекомендуемые источникииз раздела 8,Рекомендуемые источникииз раздела 9:все источники	Презентация выполненного задания:«План коммуникационной кампании»
Тема6.Кампанияи мероприятие	Вопросыдля обсуждения: 1.Кампаниякак набор взаимосвязанных мероприятий. 2.Коммуникационное мероприятие.Место мероприятийв рамках коммуникационной кампании. 3.Видымероприятий. 4.Особенности планирования мероприятий. Рекомендуемые источникииз раздела 8,Рекомендуемые источникииз раздела 9:все источники	Опрос,групповая дискуссия,анализ кейсов,творческое задание «План коммуникационного мероприятия». Презентация выполненного задания:

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема1.Коммуникация и коммуникационная	Вопросы для самопроверки 1. Что	Формирование знаний: работа с

кампания	такое коммуникация? 2. Почему коммуникационная активность связана с деятельностью организации 3. Чем кампания как процесс отличается от проектного подхода?	учебной и научной литературой, ответы на вопросы для самопроверки, поиск примеров, моделирование результатов решения профессиональных задач по теме Формирование умений: Подготовка к выполнению задания.
Тема 2. Аудитория, каналы и формы коммуникации.	Вопросы для самопроверки: 1. Какие основные характеристики необходимо учитывать при анализе аудитории? 2. Чем целевая аудитория отличается от аудитории? 3. Дайте характеристику различным целевым аудиториям. Какими особенностями можно охарактеризовать «цифровую аудиторию»?	Формирование знаний: работа с учебной и научной литературой, ответы на вопросы для самопроверки, поиск примеров, моделирование результатов решения профессиональных задач по теме Формирование умений: Выполнение задания: «выбор аудитории»
Тема 3. Стратегия, стратегическое планирование	Вопросы для самопроверки: 1. Чем цель при планировании кампании отличается от задач? 2. Какими критериями должны обладать цель и задачи и какими методами их можно анализировать? 3. В чем разница между стратегическим и оперативным планированием? 4. В какой мере в планировании применимы методы корректирования задач?	Формирование знаний: работа с учебной и научной литературой, ответы на вопросы для самопроверки, поиск примеров, моделирование результатов решения профессиональных задач по теме Формирование умений: Выполнение задания: «определение цели и задач».
Тема 4. Планирование	Вопросы для	Формирование

в рамках этапов проведения коммуникационных кампаний	самопроверки: 1. Назовите основные этапы коммуникационной кампании. 2. Каковы основные цели этапа анализа? 3. Как критерии достижения целей учитываются при планировании? 4. Каковы могут быть критерии эффективности? 5. В чем заключается гибкое планирование? Какие методы гибкого планирования могут применяться в коммуникационных кампаниях?.	знаний: работа с учебной и научной литературой, ответы на вопросы для самопроверки, поиск примеров, моделирование результатов решения профессиональных задач по теме
Тема 5. Ресурсы в рамках коммуникационной кампании	Вопросы для самопроверки: 1. Что можно считать ресурсами в рамках коммуникационной кампании? 2. Дайте характеристики понятиям заменяемые, незаменяемые, альтернативные ресурсы? 3. Какие особенности кампании следует учитывать при разработке бюджета?	Формирование знаний: работа с учебной и научной литературой, ответы на вопросы для самопроверки, поиск примеров, моделирование результатов решения профессиональных задач по теме Формирование умений: Выполнение задания: «определение ресурсов»
Тема 6. Кампания и мероприятие	Вопросы для самопроверки: 1. Чем мероприятие отличается от кампании? 2. Какие основные виды мероприятий вам известны? По каким критериям их можно типологизировать? 3. В чем заключаются особенности планирования мероприятий? 4. Как	Формирование знаний: работа с учебной и научной литературой, ответы на вопросы для самопроверки, поиск примеров, моделирование результатов решения профессиональных задач по теме Формирование умений: Выполнение задания: «план

	план мероприятия соотносится с планом кампании?	мероприятия»
--	---	--------------

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

1. Определение целевой аудитории коммуникационной кампании.
2. Определение цели и задач коммуникационной кампании.
3. Планирование как этап проведения коммуникационной кампании.
4. Определение ресурсов, необходимых для реализации запланированных мероприятий.
5. Разработка плана коммуникационного мероприятия
6. Разработка плана коммуникационной кампании.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2. *Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.*

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

ПКП-3 Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций

- 1) 1. Рассчитывает потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Знать: потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей

Уметь: Рассчитывать потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей

Типовые контрольные задания

Задание на формирование знания

Дать определение понятиям "ресурсы", "потребность в ресурсах", "доступность ресурсов" в контексте коммуникационных активностей.

Задание на формирование умения

Сформировать цель коммуникационной активности и провести SMART-анализ с учетом различного уровня требуемых и доступных ресурсов, оценить изменение параметра достижимости цели.

2) 2. Предлагает способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции

Уметь: определить и предложить способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции

Типовые контрольные задания

Задание на формирование знания

Сформулировать и описать способы производства контента; способы распространения контента и показать их взаимосвязь

Задание на формирование умения

Определить и предложить способы организации производства и распространения контента исходя из технологических и коммуникационных возможностей коммуникационного донора;

оценить приемлемость каналов распространения с позиции выбранной целевой аудитории.

3) 3. Организует программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: виды программ и проектов для системы интегрированных коммуникаций

Уметь: организовать реализацию программ и проектов для системы интегрированных коммуникаций

Типовые контрольные задания

Задание на формирование знания

определить понятия "программа", "проект" в контексте интегрированных коммуникаций

Задание на формирование умения

Разработать проект плана коммуникационной кампании; коммуникационного мероприятия

**ПКП-4 Способность обеспечивать правовую защиту и мониторинг
нелегального использования созданных результатов коммуникационной
деятельности**

**1) 1. Организует работу по оформлению прав на результаты
коммуникационных активностей**

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Формы организации работ по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей

Уметь: Организовать работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей

Типовые контрольные задания

Задание на формирование знания

Разработать план организации работ по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей

Задание на формирование умения

При работе над заданием «План коммуникационной кампании интегрировать работы по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей в общий план кампании.

2) 2. Координирует работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Ключевые направления мониторинга использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта

Уметь: организовать работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта

Типовые контрольные задания

Задание на формирование знания

Разработать план-схему мониторинга использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта

Задание на формирование умения

При выполнении задания «определение цели и задач», «определение ресурсов» применительно предусмотреть задачу мониторинга инструменты контроля выполнения задач мониторинга использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта и обосновать ее ресурсное обеспечение.

3) 3. Осуществляет подготовку к внесудебной защите результатов коммуникации

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Принципы и порядок внесудебной защите результатов коммуникации

Уметь: осуществлять подготовку к внесудебной защите результатов коммуникации

Типовые контрольные задания

Задание на формирование знания

Структурировать действия по внесудебной защите результатов коммуникации

Задание на формирование умения

Подготовить план по внесудебной защите результатов коммуникации

Примеры практико-ориентированных заданий

Определите целевую аудиторию для коммуникации в рамках кампании (конкретный актер коммуникации, по выбору)

Определите целевую аудиторию для коммуникации в рамках мероприятия (конкретный актер коммуникации, по выбору)

Проведите анализ имеющихся и требующихся ресурсов для реализации коммуникационной кампании (контрентный актер коммуникации, по выбору)

Проведите анализ имеющихся и требующихся ресурсов для реализации коммуникационного мероприятия (контрентный актер коммуникации, по выбору)

Разработайте инструменты контроля выполнения задач коммуникационного проекта (конкретный актер коммуникации, инструменты должны быть адаптированы)

Примерные вопросы для подготовки к Зачету

1. Укажите основные характеристики коммуникационной кампании и дайте возможные варианты типологии кампаний.
2. Обоснуйте различия между подходом к коммуникационной кампании как процессу и проекту. Обоснуйте возможную связь между видом коммуникации и подходом. Продемонстрируйте на примерах различия в формировании плана при использовании разных подходов.
3. Дайте определение понятию «аудитория», «целевая аудитория». Выберите и обоснуйте корректность методов коммуникаций для целевой аудитории.
4. Дайте определение цели и задач стратегического планирования коммуникационной активности. Сформулируйте цель, примените методы анализа цели (SMART), дайте оценку обоснованности сформулированной цели.
5. Виды планирования. Медиа план, хронологический и тематический план.
6. Укажите на примерах границы применения в коммуникационном планировании методов оперативного управления проектами с коррекцией задач (SCRUM)
7. Укажите этапы коммуникационной кампании. Определите место планирования и взаимосвязь его с другими этапами.
8. Укажите возможные критерии достижения целей и оценки эффективности и обоснуйте возможность и необходимость их включения в план.
9. Насколько в коммуникационном планировании применимы методы гибкого планирования. Обоснуйте возможность применения подходов AGILE, других механизмов коррекции задач и оперативного реагирования на изменения.
10. Дайте определение понятию «ресурсы» относительно коммуникационной кампании.
11. Укажите способы определения имеющихся и доступных ресурсов. Приведите обоснованные критерии определения ресурсов как необходимых. Укажите методы определения альтернативных ресурсов.

12. Дайте определение понятию «коммуникационное мероприятие». Укажите виды мероприятий, обоснуйте типологию.

13. Определите место мероприятия в рамках плана коммуникационной кампании.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Шарков, Феликс Изосимович Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : Учебник / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации ; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018 486 с. (Учебные издания для бакалавров) ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=358566ISBN978-5-394-01185-6>

2. Шарков, Феликс Изосимович Интегрированные коммуникации: реклама, публичность, бренд : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022 322 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=431490ISBN978-5-394-04536-3>

3. Голубкова, Евгения Никитична Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. 3-е изд., пер. и доп. Электрон. дан. Москва: Юрайт, 2025 363 с. (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/560298> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560298ISBN978-5-534-04357-0:1789.00>

Дополнительная литература:

1. Организация маркетинговых коммуникационных кампаний: Учебное пособие / К.А. Аржанова, Д.В. Долгополов; под ред. К.А. Аржанова. Электрон. дан. Москва: Русайнс, 2025. - 145 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/957294> ISBN 978-5-466-08583-9

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
2. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) [http://elib.fa.ru/\(http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf\)](http://elib.fa.ru/(http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf))
3. <https://www.planetaexcel.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины утверждены Приказом Финансового университета от 11.05.2021 №1040/о «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию и организации самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

-Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Kaspersky
2. Microsoft Office (Windows)
3. AstraLinux

4. LibreOffice

- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» -
<http://www.skrin.ru/>

- Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)
2. **Помещение для самостоятельной работы** обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.