

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Экономический факультет
Кафедра международного бизнеса и делового администрирования



П.А. Машаров

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования	программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Магистерская программа	GR-Менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «Репутационный менеджмент» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (Магистерская программа: GR-Менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13 августа 2020 г. № 1000, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

ст. преподаватель кафедры международного
бизнеса и делового администрирования

М.Н.Попова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры международного бизнеса
и делового администрирования
Протокол от 26.03.2024 г. № 9

Заведующий кафедрой

О.Л. Некрасова

СОГЛАСОВАНО:

Декан экономического факультета
28.03.2024 г.

Ю. Н. Полшков

Учебно-методическая комиссия экономического факультета
Протокол от 27.03.2024 г. № 7
Председатель

Е. Н. Стрелина

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы,
д-р экон. наук, доцент
26.03.2024 г.

О.Л. Некрасова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы магистратуры: «GR-менеджмент», «Антикризисное управление».

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Производственная практика: профессиональная практика по профилю деятельности, производственная практика: преддипломная; выпускная квалификационная работа.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	38.04.04 Государственное и муниципальное управление (Магистерская программа: GR-менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД.5 «Репутационный менеджмент»
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор вуза
Количество зачетных единиц / всего часов	2 / 72

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	3	17	0	17	38	72	зачет

Цели дисциплины

Формирование у будущего специалиста в сфере GR-менеджмента, умений и навыков, позволяющих осуществлять управление репутацией компании, влиять на нее с помощью определенного инструментария менеджера.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

3.1. Компетенции

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

ПК-5. Способен реализовывать коммуникационную стратегию взаимодействия бизнес-структур и органов государственного и муниципального управления, проводить процедуры медиации в специализированной сфере.

Индикаторы компетенций

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК 3.1. Координирует и направляет деятельность участников команды на достижение поставленной цели с целью положительного влияния на репутацию и имидж компании	УК.3.1.1. <i>Знает</i> основные современные технологии коммуникации различного типа
		УК.3.1.2. <i>Знает</i> принципы предоставления обратной связи
		УК.3.1.3. <i>Умеет</i> выявлять конфликты, возникающие в процессе командной работы, и конструктивно управлять ими
		УК.3.1.3. <i>Умеет</i> использовать различные типы коммуникации для обеспечения эффективного взаимодействия участников команды, в том числе - виртуальной
ПК-5. Способен реализовывать коммуникационную стратегию взаимодействия бизнес-структур и органов государственного и муниципального управления, проводить процедуры медиации в специализированной сфере.	ПК 5.4. Использует знания о коммуникациях и умения в сфере взаимодействия коммерческих и некоммерческих организаций с органами власти с целью организации плодотворного контакта	ПК.5.4.1. <i>Знает</i> принципы коммуникации и организации взаимодействия коммерческих и некоммерческих организаций с органами власти
		ПК.5.4.2. <i>Знает</i> методы планирования управления коммуникациями в управлении проектами
		ПК.5.4.3. <i>Умеет</i> анализировать, планировать и организовывать деятельность в сфере коммуникаций коммерческих и некоммерческих организаций с органами власти
		ПК.5.4.4. <i>Умеет</i> планировать, управлять и контролировать коммуникации в проекте

4. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Темы	Краткое содержание темы
Содержательный модуль 1 Понятие деловой репутации	
1. Понятие деловой репутации	1.1. Авторитет как предшественник репутации 1.2. Символы и реальность в многообразии современных авторитетов 1.3. Смена парадигмы бизнеса в условиях информационного общества 1.4. Репутация как важнейший нематериальный актив 1.5. Имидж и репутация: сходство и различие
2. Цифровая экономика как новая	2.1. Основные черты цифровой среды 2.2. Мировой рынок информационных ресурсов

Темы	Краткое содержание темы
реальность	2.3. Роль больших данных (Big Data) в современном мире 2.4. Киберпреступность 2.5. Репутационные риски в эпоху цифровых технологий
3. Параметры деловой репутации	3.1. Преимущества репутации как стратегического актива 3.2. Понятие и методы расчета гудвилл 3.3. Целевые аудитории репутации 3.4. Компоненты репутации 3.5. Рейтинги репутации
4. Создание информационной основы репутации	4.1. Репутационный аудит 4.2. Информационный и коммуникационный аудит 4.3. Разработка «легенды» 4.4. Формирование образа 4.5. Основы информационной политики 4.6. Новые медиа
Содержательный модуль 2 Технологии управления деловой репутацией	
5. Технологии управления деловой репутацией компании	5.1. Взаимодействие со СМИ 5.2. Корпоративная социальная ответственность 5.3. и благотворительность 5.3. Повышение инвестиционной привлекательности 5.4. Укрепление авторитета в органах власти 5.5. Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций 5.6. Разработка коммуникационной программы
6. Технологии управления деловой репутацией руководителя	6.1. Репутация современного российского предпринимателя 6.2. Позиционирование компании через первое лицо 6.3. Коммуникационный аудит и личностная диагностика 6.4. Создание образа и разработка «легенды» 6.5. Продвижение во внешних и внутренних аудиториях
7. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	7.1. Управление репутационными рисками 7.2. Виды кризисов и особенности коммуникаций 7.3. Технологии работы PR-службы в условиях кризиса 7.4. Юридическая защита деловой репутации 7.5. Кризис как способ продвижения
8. Управление карьерой	8.1. Выбор карьерной стратегии 8.2. Управление карьерными рисками 8.3. Создание персонального бренда 8.4. Технологии карьерного продвижения 8.5. Особенности коммуникационной программы

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 3

Наименования содержательных модулей и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Содержательный модуль 1 Понятие деловой репутации					
Тема 1. Понятие деловой репутации	2	0	2	5	9

Тема 2. Цифровая экономика как новая реальность	2	0	2	5	9
Тема 3. Параметры деловой репутации	2	0	2	5	9
Тема 4. Создание информационной основы репутации	3	0	3	4	10
Итого по содержательному модулю 1	9	0	9	19	37
Содержательный модуль 2 Технологии управления деловой репутацией					
Тема 5. Технологии управления деловой репутацией компании	2	0	2	5	9
Тема 6. Технологии управления деловой репутацией руководителя	2	0	2	5	9
Тема 7. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	2	0	2	5	9
Тема 8. Управление карьерой	2	0	2	4	8
Итого по содержательному модулю 2	8	0	8	19	35
Всего по компоненту ОПОП	17	0	17	38	72

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контрольные вопросы

Содержательный модуль 1. Понятие деловой репутации

1. Что представляет собой такой социальный феномен как репутация?
2. Почему и когда возникает необходимость практического применения репутационных технологий?
3. Какие виды репутации существуют, их характеристики.
4. Как проявляется социально-психологический феномен репутации?
5. Что представляет собой нематериальный актив корпоративной репутации и в чем состоит его ценность?
6. Почему репутацию можно воспринимать как ресурс управления?
7. Как определяются репутационные характеристики и факторы, влияющие на процесс создания корпоративной репутации?
8. В чем заключаются проблемы создания и развития стратегии удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации?
9. Каково значение корпоративной культуры в создании корпоративной репутации?
10. Как проявляются причины кризиса репутационной политики организации?
11. Что представляет собой антикризисная репутационная система управления?
12. Почему репутация выступает средством повышения доверия к субъекту коммуникации?
13. Какие альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями существуют в практике современного управления?
14. Какие модели изменения корпоративной репутации существуют в реальной практике и как их можно охарактеризовать?
15. В чем состоят основные задачи разработки стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации?
16. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий как технология PR.

17. Какие существуют методы оценки корпоративной репутации?
18. Почему необходимо проводить анализ представлений различных групп корпоративной аудитории о репутационной характеристике корпорации и как он осуществляется?
19. Какие различные средства воздействия на целевую аудиторию можно использовать на практике?
20. Что представляет собой теоретический уровень разработки репутационных технологий?
21. Как характеризуется практический уровень разработки репутационных технологий?
22. Какие компоненты включаются в процесс выработки алгоритма воздействия как на конкретного субъекта репутации, так и на целевую аудиторию?
23. Какая последовательность данных компонентов создает алгоритм воздействия репутационных характеристик на целевую корпоративную аудиторию?
24. Как осуществляется диагностика и мониторинг целевых аудиторий?
25. Что представляет собой инструментарий коммуникационных стратегий защиты репутации?

Содержательный модуль 2

Технологии управления деловой репутацией

1. Концептуальные основы репутационного менеджмента как теоретическая и практическая разработка вопросов репутационных технологий.
2. Репутация как социальный феномен и понятие.
3. Основные внутренние составляющие репутации и их характеристика.
4. Особенности репутации.
5. Социально-психологический феномен репутации.
6. Характеристика основных видов репутации.
7. Проблема позиционирования корпоративной социальной ответственности: репутация как компонент гудвилла.
8. Репутационная политика организации: определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации.
9. Проблемы создания и развития стратегии удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации.
10. Значение корпоративной культуры в создании корпоративной репутации.
11. Причины появления кризиса репутационной политики организации.
12. Характеристика антикризисной репутационной системы управления.
13. Технология разработки антикризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы.
14. Ключевые механизмы репутационного менеджмента и их характеристика.
15. Характеристика альтернативных подходов к управлению корпоративными репутациями и основные факторы, влияющие на выбор данных подходов.
16. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации и их описание.
17. Проблема изменения корпоративной репутации и основные задачи стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации.
18. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации.
19. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации.
20. Проблема установления взаимодействия с клиентурой: управление процессами создания характеристик репутации у субъекта.
21. Проблема воздействия репутационных характеристик на целевую корпоративную аудиторию.
22. Структура оценки корпоративной репутации: её основные элементы.
23. Анализ различных групп целевой корпоративной аудитории.
24. Основные средства воздействия на целевую аудиторию и их характеристика.
25. Понятие имидж. Психология имиджа.

6.2. Темы докладов (рефератов)

1. Как осуществляется выработка антикризисного поведения субъекта?
2. В чем состоит проблема определения совокупного корпоративного имиджа и репутации?
3. Какие качественные и количественные методы исследования можно использовать при анализе корпоративного имиджа и репутации?
4. Как и с помощью, каких методов можно осуществить качественную оценку корпоративной репутации?
5. Что представляет собой количественный анализ как метод описания корпоративной репутации и для чего он необходим?
6. В чем состоит проблема соотношения качественных и количественных методов анализа корпоративной репутации и имиджа?
7. Этапы построения имиджа организации.
8. Возрастные и гендерные особенности имиджа руководителя.
9. Авторитет руководителя и стиль руководства как составные компоненты репутации организации.
10. Соотношение понятий «имидж» и «репутация».
11. Взаимодействие имиджа, бренда и репутации как факторов успешности организации на рынке.
12. Корпоративная культура и философия организации как первый шаг к формированию репутации

6.3. Темы письменных работ (типы задач)

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

ФГБОУ ВО «ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
И ДЕЛОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Магистерская программа: GR-менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти

Программа подготовки: магистратура

Семестр: Третий

Учебная дисциплина: «Репутационный менеджмент»

Модульная контрольная работа

Вариант № n

Теоретическое задание.

Причины появления кризиса репутационной политики организации.

Практическое задание.

1. Проведите хронометраж своего дня: сколько времени вы тратите на общение с гаджетами (мобильный телефон, ноутбук, планшет и т.п.) и на общение с друзьями и близкими, занятия спортом, прогулками и пр. Устраивает ли вас такое распределение баланса вашего времени между виртуальной и реальной жизнью?

2. Оглянитесь вокруг себя: какие симулякры вас окружают? Воспринимаете ли вы их как реальные объекты?

Критерии оценивания модульной контрольной работы

Вид задания	Количество баллов
1 теоретический вопрос	6
Количество теоретических вопросов	1
1 задача	7
Количество задач	2
Всего	20

7. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	20
	Самостоятельная работа	20
	Модульная контрольная работа	20
	Итого	60
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	25
	Самостоятельная работа	15
	Итого	40
Общий итог		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 7-м и 5-м корпусах ДонГУ (г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186; 1896). Для проведения лабораторных занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных,

учебно- методическое обеспечение, представленное в учебно-методических кабинетах 7-го (ауд.108) и 5-го учебных корпусов (ауд. 207), материально-техническая база учебной лаборатории «Проблем организации международного бизнеса», читальный зал №4 периодической литературы.

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

10.1. Основная литература

1. Репутационный менеджмент: учебно-методическое пособие / сост. М.Н. Попова, А.И. Дубан., В.В. Шевцова / Донецк: ДонГУ, 2019. – 193 с.
2. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. – 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535858>

10.2. Дополнительная литература

3. Распопова, Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19001-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555668>
1. Медиация : журнал / изд. Академия менеджмента и бизнес-администрирования ; гл. ред. Т.А. Козенкова ; учред. ЗАО "ЭЖ МЕДИА". — Москва : Академия МБА, 2016. — № 4. — 188 с.

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. — Москва, 2019- . — URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. — Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. — Москва, 2000- . — URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: для авторизов. пользователей. — Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». — Москва, 2014- . — URL: <https://cyberleninka.ru/>. — Режим доступа: свободный. — Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: для авторизов. пользователей. — Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. — Москва, 2013. — URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: для авторизов. пользователей. — Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». — Донецк, 2016- . — URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: свободный. — Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. — Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. — URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: поиск свободный, электронные документы — для пользователей ДонГУ.
8. **Электронный архив** ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. — Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. — URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: свободный.

12. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).