

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

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

Институт педагогики
Кафедра педагогики



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГОВАЯ И ИМИДЖЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Укрупненная группа направлений подготовки	44.00.00 Образование и педагогические науки
Программа высшего образования	программа магистратуры
Направление подготовки:	44.04.01 Педагогическое образование
Магистерская программа	Управление учебным заведением
Квалификация	Магистр
Форма обучения:	заочная

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинговая и инновационная деятельность образовательной организации» по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование (Магистерская программа: Управление учебным заведением), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 г. № 126 (с изм. и доп.), 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:

профессор кафедры педагогики,
доктор педагогических наук, профессор

Д.В. Алфимов

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры педагогики
Протокол от 26.03.2024 г. № 8

Заведующий кафедрой

Г.И. Диктarenко

СОГЛАСОВАНО

Директор Института педагогики
28.03.2024 г.

И.А. Кудрейко

Учебно-методическая комиссия Института педагогики,
Протокол от 27.03.2024 г. № 3,
Председатель

И.Г. Матузова

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы,
док. пед. наук, доцент
26.03.2024 г.

Д.А. Черышев

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

- дисциплины программы бакалавриата: Педагогика, Философия, Культурология;
- дисциплины программы магистратуры: Управление персоналом ОО, Развитие государственного и частного партнерства в системе образования, Социология и психология управления.

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

- дисциплины: Рынок образовательных услуг. Инновации и тенденции развития. Управление информационными связями. Управление развитием профессионального образования: стратегии, модели;

- Производственная практика: педагогическая практика (обязательная), Производственная практика: Проектно-технологическая (обязательная), Производственная практика: преддипломная практика (обязательная), подготовка выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	44.04.01 Педагогическое образование (Программа магистратуры: Управление учебным заведением)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД.5. Маркетинговая и имиджевая деятельность образовательной организации
Часть образовательной программы	Блок 1 «Дисциплины (модули)», вариативная часть, безальтернативная часть
Количество зачетных единиц / всего часов	4/ 144

2.2. Распределение часов по периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы	всего	
Заочная	2	3	4	—	4	136	144	экзамен
Заочная, всего	2	3	4	—	4	136	144	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование целостного представления об особенностях, структуре, целях и основных направлениях имиджевой и маркетинговой деятельности образовательных организаций.

Для достижения цели ставятся задачи:

- создание комплексного представления об особенностях имиджевой и маркетинговой деятельности образовательной организации;

- формирование навыков анализа ситуации на рынке образовательных услуг различных ступеней образования;
- формирование умений принятия решений с учетом состояния окружающей маркетинговой среды образовательной организации;
- развитие умений создания положительного имиджа образовательной организации.

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

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы её совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Определяет и реализует приоритеты собственной деятельности и способы её совершенствования на основе самооценки	Знает: - формы и методы реализации приоритетов собственной деятельности; - способы реализации приоритетов собственной деятельности на основе самооценки.
		Умеет: - определять и реализовывать на практике приоритеты собственной деятельности; - реализовывать приоритеты собственной деятельности на основе самооценки.
ПК-3 Готов исследовать, организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы	ПК-3 Самостоятельно исследует и оценивает управленческий процесс с использованием инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы	Знает: - формы и методы организации управленческих процессов с использованием инновационных технологий менеджмента; - специфические закономерности развития управляемой системы в сфере образования
		Умеет: - реализовывать на практике управленческие формы и методы процессов с использованием инновационных технологий менеджмента

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Содержательный модуль 1 Имиджевая деятельность образовательного учреждения	
Тема 1. Сущность и значение имиджа	1. Имидж как социально-психологическое явление. 2. Психологические факторы формирования имиджа сотрудника. 3. Взаимосвязь имиджа и профессиональной деятельности сотрудника.
Тема 2. Компоненты	1. Структурные компоненты имиджа образовательной организации.

имиджа образовательной организации	2. Позитивный образ руководителя. 3. Качество образовательных услуг. 4. Образ персонала. 5. Внешняя атрибутика.
Тема 3. Факторы формирования имиджа образовательной организации	1. Конкурентоспособность. 2. Образовательная услуга. 3. Маркетинговые коммуникации. 4. Проведение PR – мероприятий.
Содержательный модуль 2 Маркетинговая деятельность образовательного учреждения	
Тема 4 Сущность, значение и функции образовательного маркетинга	1. Сущность понятия «Образовательный маркетинг». 2. Система управления маркетингом. 3. Значение образовательного маркетинга. 4. Функции образовательного маркетинга.
Тема 5 Маркетинговая среда и маркетинговый анализ	1. Сущность понятия «Маркетинговая среда». 2. Микросреда. 3. Макросреда. 4. STEP – анализ. 5. SWOT – анализ.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – заочная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС	Всего
Содержательный модуль 1	2	-	2	70	74
Тема 1. Сущность и значение имиджа	1	-	-	23	24
Тема 2. Компоненты имиджа образовательной организации	1	-	1	23	25
Тема 3. Факторы формирования имиджа образовательной организации	-	-	1	24	25
Содержательный модуль 2	2	-	2	66	70
Тема 4. Сущность, значение и функции образовательного маркетинга	1	-	1	33	35
Тема 5. Маркетинговая среда и маркетинговый анализ	1	-	1	33	35
ИТОГО ЗА КУРС	4	-	4	136	144

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

7.1. Контрольные вопросы к промежуточной аттестации:

1. Раскройте сущность и значение имиджа образовательной организации
2. Укажите задачи имиджа образовательной организации
3. Укажите компоненты имиджа образовательной организации
4. Раскройте сущность понятия «Имидж руководителя»
5. Раскройте сущность понятия «Имидж персонала»

6. Раскройте сущность понятия «Имидж образовательной услуги»
7. Раскройте сущность понятия «Визуальный имидж»
8. Раскройте сущность понятия «Имидж заказчика образовательных услуг»
9. Укажите факторы формирования имиджа образовательной организации
10. Укажите подсистемы формирования имиджа образовательной организации
11. Укажите постоянные и переменные имиджа образовательной организации
12. Раскройте сущность организации и проведения рекламной кампании
13. Раскройте сущность проведения PR-мероприятий
14. Раскройте сущность и значение маркетинга образовательных услуг
15. Раскройте основные принципы маркетинга
16. Маркетинговая среда
17. Раскройте сущность STEP-анализа
18. Раскройте сущность SWOT-анализа
19. Система управления образовательным маркетингом
20. Укажите функции маркетинга
21. Укажите функции маркетинговой службы
22. Укажите факторы маркетинга

7.2. Темы докладов (рефератов).

Содержательный модуль 1.

1. Имидж как социально-психологическое явление.
2. Психологические факторы формирования имиджа сотрудника образовательной организации.
3. Взаимосвязь имиджа и профессиональной деятельности сотрудника образовательной организации.
4. Структурные компоненты имиджа образовательной организации.
5. Позитивный образ руководителя образовательной организации.
6. Качество образовательных услуг образовательной организации.
7. Образ персонала образовательной организации.
8. Внешняя атрибутика образовательной организации.
9. Конкурентоспособность образовательной организации.
10. Образовательная услуга.
11. Маркетинговые коммуникации образовательной организации.
12. Проведение PR – мероприятий образовательной организации.

Содержательный модуль 2.

1. Сущность понятия «Образовательный маркетинг».
2. Система управления маркетингом образовательной организации.
3. Значение образовательного маркетинга.
4. Функции образовательного маркетинга.
5. Сущность понятия «Маркетинговая среда».
6. Микросреда образовательной организации.
7. Макросреда образовательной организации.
8. STEP – анализ образовательной организации.
9. SWOT – анализ образовательной организации.

Критерии оценки доклада, сообщения, реферата:

Отметка «отлично» за письменную работу, реферат, сообщение ставится, если изложенный в докладе материал:

- отличается глубиной и содержательностью, соответствует заявленной теме;
- четко структурирован, с выделением основных моментов;
- доклад сделан кратко, четко, с выделением основных данных;

- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы.

Отметка «хорошо» ставится, если изложенный в докладе материал:

- характеризуется достаточным содержательным уровнем, но отличается недостаточной структурированностью;

- доклад длинный, не вполне четкий;

- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы только после наводящих вопросов, или не на все вопросы.

Отметка «удовлетворительно» ставится, если изложенный в докладе материал:

- недостаточно раскрыт, носит фрагментарный характер, слабо структурирован;

- докладчик слабо ориентируется в излагаемом материале;

- на вопросы по теме доклада не были получены ответы или они не были правильными.

Отметка «неудовлетворительно» ставится, если:

- доклад не сделан;

- докладчик не ориентируется в излагаемом материале;

- на вопросы по выполненной работе не были получены ответы или они не были правильными.

7.3. Темы презентаций:

Содержательный модуль 1.

1. Имидж как социально-психологическое явление.

2. Психологические факторы формирования имиджа сотрудника образовательной организации.

3. Взаимосвязь имиджа и профессиональной деятельности сотрудника образовательной организации.

4. Структурные компоненты имиджа образовательной организации.

5. Позитивный образ руководителя образовательной организации.

6. Качество образовательных услуг образовательной организации.

7. Образ персонала образовательной организации.

8. Внешняя атрибутика образовательной организации.

9. Конкурентоспособность образовательной организации.

10. Образовательная услуга.

11. Маркетинговые коммуникации образовательной организации.

12. Проведение PR – мероприятий образовательной организации.

Содержательный модуль 2.

1. Сущность понятия «Образовательный маркетинг».

2. Система управления маркетингом образовательной организации.

3. Значение образовательного маркетинга.

4. Функции образовательного маркетинга.

5. Сущность понятия «Маркетинговая среда».

6. Микросреда образовательной организации.

7. Макросреда образовательной организации.

8. STEP – анализ образовательной организации.

9. SWOT – анализ образовательной организации.

7.4. Образец содержания экзаменационного билета

Донецкий государственный университет
Институт педагогики
Кафедра педагогики

Программа высшего образования	Магистерская программа
Направление подготовки	44.04.01 Педагогическое образование
Профиль подготовки	Социальная педагогика
Форма обучения	Очная, заочная
Семестр	Третий
Дисциплина	Маркетинговая и имиджевая деятельность образовательной организации

Экзаменационный билет № 1

1. Раскройте сущность и значение имиджа образовательной организации.
2. Как устроена и работает система управления образовательным маркетингом?
3. Тестовое задание.

Утверждено на заседании кафедры педагогики, протокол № от г.

Заведующий кафедрой
Экзаменатор

Г.И. Дихтяренко
А.А. Святенко

Тестовые задания (пример)

(нужный ответ подчеркнуть/выделить маркером, вставить пропущенные слова):

1. Позитивный образ руководителя образовательной организации - это:

- A. Не пьет, не курит, ведет здоровый образ жизни;
- B. Уважаемый человек среди коллег по работе, органов власти, родителей и руководства Управления образования;
- C. Эмоционально окрашенный образ, формируемый в сознании общественности и направленный на решение ряда образовательных задач.;
- D. Всегда подтянут, улыбчив, готов прийти на помощь, не считается с личным временем и неудобствами, имеющий награды и поощрения.

2. SWOT – анализ образовательной организации, это:

- A. Это сводный документ (АКТ) о результатах проверки образовательной организации;
- B. Это мероприятия, направленные на выявление сильных и слабых сторон, возможностей и факторов-угроз в работе образовательной организации;
- C. Это сильные и слабые стороны в работе образовательной организации;
- D. Это Приказ Управления образования по результатам проверки образовательной организации.

Критерии оценки тестового материала по дисциплине
(за правильный ответ дается 1 балл)

«неудовлетворительно» - 50% и менее

«удовлетворительно» - 51-80%

«хорошо» - 81-90%

«отлично» - 91-100%

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание тестового задания может отличаться от приведенного.

8. 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.).

8.1. Семестр 3

Номера содержательных модулей	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	2
	Самостоятельная работа (научная работа)	15
	Домашнее задание (тема 1-3)	13
	Домашнее задание (тема 4-5)	20
	Реферат, презентация	10
ИТОГО		60
Экзамен		40
Общий итог за семестр		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

9. 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.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 3-м корпусе Института педагогики ДонГУ (г. Донецк, ул. Буденного, 13-а). 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-методическом кабинете Главного корпуса (ауд.405).

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

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература:

1. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Л.А. Данченко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Евразийский открытый институт, 2022.— 250 с.— URL: <http://www.iprbookshop.ru/10765.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Невоструев П.Ю. Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Невоструев П.Ю.— Электрон. текстовые данные. — Москва: Евразийский открытый институт, 2021.— 48 с.— URL: <http://www.iprbookshop.ru/10711.html>.— ЭБС «IPRbooks».
3. Пичурин, И. И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для - да студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг»/ И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ - ДАНА, 2019. — 383 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71036.html>. — ЭБС «IPRbooks»
4. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ Н. Д. Эриашвили [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ -ДАНА, 2020. — 463 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71205.html>. — ЭБС «IPRbooks».
5. Шарков, Ф. И. Имидж фирмы. Технологии управления [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шарков Ф.И. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Академический Проект, 2023. — 272 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/36327.html>. — ЭБС «IPRbooks».

11.2. Дополнительная литература:

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Е. И. Мазилкина — Электрон. текстовые данные. — Ростов -на -Дону: Феникс, 2022. — 197 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html>. — ЭБС «IPRbooks».
2. Мамина, Р. И. Деловой этикет в системе имиджа [Электронный ресурс]: философско - культурологический анализ / Р. И. Мамина— Электрон. текстовые данные. — Санкт-Петербург: Петрополис, 2022. — 232 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/20314.html>. — ЭБС «IPRbooks».
3. Романов, А. А. Маркетинг в схемах [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А. А. Романов, В. П. Басенко — Электрон. текстовые данные. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2018. — 203 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/9597.html>. — ЭБС «IPRbooks».
4. Сейфуллаева, М. Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ М. Э. Сейфуллаева — Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ -ДАНА, 2022. — 319 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8095.html>. — ЭБС «IPRbooks».

12. 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.

13. 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).