

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Суворов Бадим Геннадьевич, протоиерей  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 02.06.2026 15:05:35  
Уникальный программный ключ:  
50d014571bafd4a0bc859406c5a62dd167ca8cdb

Религиозная организация – духовная образовательная организация высшего образования  
Московской митрополии Русской Православной Церкви  
**«КОЛОМЕНСКАЯ ДУХОВНАЯ СЕМИНАРИЯ»**

---

## Кафедра Церковно-практических дисциплин

УТВЕРЖДАЮ:  
проректор по учебной работе  
священник Василий Казинов

*св.мч. Василий Казинов*

«30» января 2023 г.

## Рабочая программа дисциплины

Факультативная дисциплина: Информационная деятельность православного прихода

Направление подготовки: Подготовка служителей и религиозного персонала религиозных организаций

Профиль подготовки: Православное богословие

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Коломна  
2023

## 1. Цели и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – повысить профессиональный уровень студентов по обеспечению информационного освещения деятельности прихода и появлению в медиaprостранстве контента о деятельности православных приходов.

### **Задачи:**

- познакомить обучающихся с новейшими методиками информационной работы организаций;
- привить навык использования медиаинструментов;
- способствовать использованию новейших медиа-коммуникационных достижений в деятельности православных приходов.

## 2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы (ООП)

Дисциплина «Информационная деятельность православного прихода» является факультативной и относится к блоку «ФТД. Факультативные дисциплины» основной образовательной программы. Изучается она на протяжении седьмого семестра. Общий объем дисциплины составляет 108 академических часа. В конце изучения дисциплины сдается дифференцированный зачет.

Дисциплина знакомит студентов с современной проблематикой взаимодействия Русской Православной Церкви с медиасферой, с основными направлениями и инструментами формирования церковной информационной политики (выстраиванием сотрудничества со СМИ, разработкой медиапланов церковных мероприятий, аккредитацией на церковные мероприятия, налаживанием взаимоотношений с журналистами и блогерами и т.д., проведением мероприятий с участием прессы).

В ходе освоения данного факультатива студенты получают знания информационного инструментария Русской Православной Церкви (принципов работы редакций Официального Сайта Московского Патриархата, сайтов синодальных учреждений, епархий, благочиний и приходов, а также форматами обновления их пабликов в социальных сетях; процессом выпуска периодической печати и т.д.), терминологического аппарата журналистики, связей с общественностью, коммуникативистики. Дисциплина также предполагает обучение студентов навыкам применения медиа-инструментов для выстраивания эффективного сотрудничества Церкви и представителей прессы, блогосферы, а также самостоятельной организации информационного сопровождения деятельности православных приходов.

### 3. Планируемые результаты освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели в религиозной сфере и выбирать оптимальные способы их решения с учетом мировоззренческих, ценностных, нравственных и правовых ориентиров, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>УК-2.1. Ставит задачи в религиозной сфере и планирует собственную деятельность для их достижения с учетом мировоззренческих, ценностных, нравственных и правовых ориентиров, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знать основы журналистской деятельности, в том числе основы массовой коммуникации и связей с общественностью;</li> <li>- знать общие социально-политические, экономические, культурные закономерности функционирования СМИ;</li> <li>- знать особенности аудитории СМИ;</li> <li>- уметь находить, анализировать и оценивать актуальные темы для публикаций;</li> <li>- уметь создавать тексты универсального и специального содержания для разных типов СМИ и социальных сетей;</li> <li>- знать принципы функционирования медиасферы;</li> <li>- уметь планировать информационное освещение деятельности православного прихода, в том числе медиасопровождение церковных праздников и иных специальных событий;</li> <li>- владеть навыками работы в медиaprостранстве;</li> </ul>
	<p>УК-2.2. Пользуется навыками решения различных практических задач в религиозной сфере.</p>	
<p>ОПК-8. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p>	<p>ОПК-8.1. Применяет современные информационные технологии при решении практических задач.</p>	<p>владеть базовыми знаниями о работе СМИ, в том числе по созданию и наполнению сайта прихода; ведению аккаунтов прихода в социальных сетях; продвижению церковного контента в онлайн- и оффлайн-пространство; взаимодействию с целевой аудиторией; подготовке к печати приходского листка или газеты; верстке объявлений и оформлению стендов храмов;</p>
	<p>ОПК-8.2. Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности</p>	

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 академических часов.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Виды учебной работы (в академических часах)			Всего
			Лекции	Семинары	Самостоятельная работа	
1.	Информация и информационная деятельность в жизни православного прихода	7	2	-	4	6
2.	Взаимодействие прихода со светскими СМИ	7	2	-	4	6
3.	Приходской сайт	7	2	4	10	16
4.	Презентация деятельности прихода в интернете	7	2	2	10	14
5.	Приход и целевая аудитория медиа-продуктов прихода	7	2	2	12	16
6.	Продвижение церковного контента в социальных сетях	7	2	4	12	18
7.	Приходская газета и приходской листок	7	2	2	12	16
8.	Оформление информационных стендов	7	2	2	12	16
	Итого:		16	16	76	103

#### Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Информация и информационная деятельность в жизни православного прихода.	<p>Тема 1.1 Что такое информация и информационная деятельность организации. Виды информационной работы в церковных организациях (синодальный отдел, епархиальное управление, приход)</p> <p>Тема 1.2 Современные формы медиадеятельности православных приходов</p>
2.	Взаимодействие прихода со светскими СМИ	<p>Тема 2.1 Сфера связи с общественностью и ее основные инструменты.</p> <p>Тема 2.2 Примеры взаимодействия православных приходов со светскими СМИ. Успешные практики использования светских PR- инстру-</p>

		ментов в приходской работе
3.	Приходской сайт.	<p>Тема 3.1 Как создать сайт. Рубрикация сайта прихода.</p> <p>Тема 3.2 Контент приходского сайта. Подготовка текстовых материалов для сайта.</p> <p>Тема 3.3 Сайт строящегося храма.</p> <p>Тема 3.4 Аудит приходского сайта.</p>
4.	Презентация деятельности прихода в интернете.	<p>Тема 4.1. Что такое презентация. Кто наша аудитория?</p> <p>Тема 4.2. Для кого создаются новости и кому сообщается информация.</p> <p>Тема 4.3. Как собирать и хранить необходимый материал. Как его оформить и представить с наилучшей стороны.</p>
5.	Приход и целевая аудитория медиапродуктов прихода.	<p>Тема 5.1. Кто такой читатель. Читатель и прихожанин. Потребности читателя и информационная деятельность прихода.</p> <p>Тема 5.2. Целевая аудитория: определение, поиск, взаимодействие.</p> <p>Тема 5.3. Инструменты, повышающие качество приходского контента в медиапространстве.</p>
6.	Продвижение церковного контента в социальных сетях.	<p>Тема 6.1. Что такое социальные сети. Православный блогер</p> <p>Тема 6.2. Задачи по ведению приходских аккаунтов в социальных сетях.</p> <p>Тема 6.3. Стратегия обновления ленты. Правила размещения публикаций о жизни приходских общин.</p> <p>Тема 6.4. Оценка эффективности контент-стратегии.</p> <p>Тема 6.5. Влогинг и мессенджеры.</p>
7.	Приходская газета и приходской листок.	<p>Тема 7.1. Виды печатной продукции прихода. Что такое газета.</p> <p>Тема 7.2. Как собрать материал. Работа с авторами. Подготовка материалов в верстку.</p> <p>Тема 7.3. Дизайн макета и верстка полос. Полный цикл предпечатной подготовки приходского издания.</p>
8.	Оформление информационных стендов	<p>Тема 8.1. Зачем нужен информационный стенд.</p> <p>Информация для стенда прихода.</p> <p>Тема 8.2. Азы дизайна для оформления стенда прихода. Как создать афишу и сверстать объявление</p>

	ние. Брендбук прихода.
--	------------------------

## 5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы	Трудоемкость (в академических часах)
1.	Информация и информационная деятельность в жизни православного прихода.	Изучение основной и дополнительной литературы	4
2.	Взаимодействие прихода со светскими СМИ	Изучение основной и дополнительной литературы	4
3.	Приходской сайт.	Изучение основной и дополнительной литературы	10
4.	Презентация деятельности прихода в интернете.	Изучение основной и дополнительной литературы	10
5.	Приход и целевая аудитория медиапродуктов прихода.	Изучение основной и дополнительной литературы	12
6.	Продвижение церковного контента в социальных сетях.	Изучение основной и дополнительной литературы	12
7.	Приходская газета и приходской листок.	Изучение основной и дополнительной литературы;	12
8.	Оформление информационных стендов	Изучение основной и дополнительной литературы	0,5

### Примерные вопросы для обсуждения на семинарах

*Семинар 1: Информация и информационные потоки в современном мире.*

1. Что такое информация и как она влияет на людей.
2. Способы формирования общественной позиции в условиях общества информационной активности.
3. Формы церковной информационной работы сегодня.

*Семинар 2: Актуальность медийного присутствия Русской Православной Церкви.*

1. Проблемы поиска актуальной формы для передачи церковного послания.
2. Направления информационной работы на общецерковном и епархи-

альном уровнях.

3. Трансляция официальной позиции Церкви. Подготовка официоза.

*Семинар 3: Социальные сети в жизни современных людей.*

1. Что такое социальные сети и чем они популярны.
2. Чем отличается блогинг от влогинга. Мессенджеры.
3. Работа с аудиторией в разных социальных сетях.
4. Отличие трансляции официальной позиции Церкви в социальных сетях от личного мнения православного блогера.

## 6. Компетентностно-ориентированные оценочные средства

Для оценки результатов освоения дисциплины используются традиционная пятибалльная шкала, процентная шкала (для оценивания тестов) и система «зачтено – не зачтено». Перевод результатов освоения дисциплины из одной шкалы в другую осуществляется по следующей схеме:

### Шкала оценки результатов

Качество освоения дисциплины (%)	Отметка в пятибалльной шкале	Процентная шкала (%)	Отметка в системе «зачтено – не зачтено»
90 – 100	«отлично» («5»)	81 – 100	зачтено
66 – 89	«хорошо» («4»)	61 – 80	зачтено
50 – 65	«удовлетворительно» («3»)	41 – 60	зачтено
меньше 50	«неудовлетворительно» («2»)	0 – 40	не зачтено

### 6.1. Средства текущего контроля

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Средства текущего контроля
1.	Информация и информационная деятельность в жизни православного прихода.	Проверочная работа; эссе
2.	Взаимодействие прихода со светскими СМИ	Проверочная работа; эссе
3.	Приходской сайт.	Проверочная работа; сообщение
4.	Презентация деятельности прихода в интернете.	Проверочная работа; сообщение

5.	Приход и целевая аудитория медиа-продуктов прихода.	Проверочная работа; сообщение
6.	Продвижение церковного контента в социальных сетях.	Проверочная работа; сообщение
7.	Приходская газета и приходской листок.	Проверочная работа; сообщение
8.	Оформление информационных стендов	Проверочная работа; сообщение

Оценочные материалы см. в Фонде оценочных средств по дисциплине.

## 6.2. Средства промежуточного контроля

### • Вопросы к промежуточной аттестации

1. Что такое информация и какую роль она играет в жизни прихода?
2. Чем отличается информационная деятельность синодального отдела от информационной деятельности прихода/епархиального управления от прихода?
3. Разновидности информационной деятельности, применимые в приходской жизни.
4. Что такое связь с общественностью и какие инструменты данной из данной области могут быть полезны приходским общинам?
5. Принципы взаимодействия со СМИ: примеры сотрудничества.
6. Что такое карта сайта и кому она нужна?
7. Что такое рубрика, как сформировать рубрикацию сайта?
8. Чем может помочь аудит приходского сайта?
9. Дизайн, интерфейс, навигация приходского сайта.
10. Основные этапы аудита приходского сайта. Seo-аудит.
11. Что такое презентация? Аудитория: целевая аудитория, способы определения своей аудитории.
12. Способы продвижения информации для разных целевых аудиторий.
13. Факторы оценки эффективной презентации деятельности прихода в медиапространстве.
14. Формы работы с приходским контентом.
15. Что такое социальные сети? Чем сайт отличается от аккаунта?
16. Стратегия продвижения приходского контента в социальных сетях.
17. Православный блогинг и влогинг.
18. Мессенджеры как каналы распространения информации.
19. Типы контента в социальных сетях. Таргетированная реклама.
20. Виды печатной продукции. Чем газета отличается от журнала/брошюры/листка?
21. Рубрикация и макет приходской газеты.

22. Организация выпуска газеты в православной приходе.
23. Дизайн-макет и подготовка материалов в верстку.
24. Виды наглядной информации в пространстве прихода.
25. Сочетание цветов и шрифтов в составлении объявлений.
26. Поиск иллюстраций и их обработка для приходских афиш.
27. Цветокоррекция и цветопередача.
28. Что такое «брендбук» и чем он может быть полезен приходу?

**При проведении дифференцированного зачета следует руководствоваться нижеприведенными критериями оценки знания студентов:**

Оценка «отлично» выставляется, если содержание вопроса раскрыто полно и глубоко, студент обнаруживает глубокие знания всего программного материала, излагает материал грамотно, логически последовательно, конкретно, точно использует терминологию.

Оценка «хорошо» выставляется, если ответ в целом удовлетворяет требованиям на оценку «отлично», но при этом студент допускает в ответе отдельные ошибки и неточности, которые легко устраняет по замечанию преподавателя, либо при хорошем знании фактической стороны материала проявляет недостаточное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых вопросов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент допускает серьезные ошибки или пробелы в изложении материала, отвечает на вопрос не твердо и без соблюдения логической последовательности, но показывает общее понимание вопроса и демонстрирует умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент обнаруживает незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала, не понимает сущности излагаемых вопросов и не может ответить на вопрос даже с помощью дополнительных наводящих вопросов преподавателя.

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **• Основная литература**

1. Федоров, А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: учебное пособие / А.В. Федоров; ЭБС Университетская библиотека онлайн. – Москва: Директ-Медиа, 2013. – 343 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210419> (дата обращения: 15.07.2021). – ISBN 978-5-4458-3384-0. – DOI 10.23681/210419. – Текст: электронный.
2. Чельшева, И.В. Теория и история российского медиаобразования /

И.В. Чельшева; ЭБС Университетская библиотека онлайн. – Москва: Директ-Медиа, 2013. – 229 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221496> (дата обращения: 15.07.2021). – ISBN 978-5-4458-3835-7. – DOI 10.23681/221496. – Текст: электронный.

• **Дополнительная литература**

1. Амиров, В.М. Деловая журналистика: учебное пособие / В.М. Амиров; науч. ред. В.Ф. Олешко; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; ЭБС Университетская библиотека онлайн. – 2-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА: УрФУ, 2018. – 101 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482093> (дата обращения: 15.07.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-3483-4 (ФЛИНТА). – ISBN 978-5-7996-2208-4 (Изд-во Урал. университета). – Текст : электронный.
2. Жуковская Е.Е. К вопросу об информационно-издательской деятельности Русской Православной Церкви в начале XX века // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия II: «История. История Русской Православной Церкви»: журнал / гл. ред. Воробьев Владимир, прот. – Москва: Православный Свято-Тихоновский Гуманитарный Университет, 2016. – № 1(68). – 141 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458542> (дата обращения: 15.07.2021). – ISSN 2409-4811. – Текст: электронный.
3. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика: учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова; ЭБС Университетская библиотека онлайн. – Москва: Юнити, 2015. – 383 с.: схем., ил. – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712> (дата обращения: 15.07.2021). – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 5-238-00771-X. – Текст: электронный.
4. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть / А.Г. Киселёв; ЭБС Университетская библиотека онлайн. – Москва: Юнити, 2015. – 431 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719> (дата обращения: 15.07.2021). – ISBN 978-5-238-01742-6. – Текст: электронный.
5. Олешко, Е.В. Техника и технология СМИ: шрифтовая культура массмедиа: учебное пособие / Е.В. Олешко; ЭБС Университетская библиотека онлайн. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2012. – 150 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240428> (дата обращения:

15.07.2021). – ISBN 978-5-7996-0688-6. – Текст: электронный.

- **Периодические издания**

1. Журнал Московской Патриархии: Официальное издание Русской Православной Церкви. - Москва: Религиозная организация "Издательство Московской Патриархии Русской Православной Церкви, 1931 - . - Выходит ежемесячно. - ISSN 0132-862X / гл. ред.: Николай (Погребняк С.В.; еп. Балашихинский). – (Подписка библиотеки).
2. Приход: Православный экономический вестник. - Москва: Издательство "Синергия-пресс", 2002 - . - Одобрено Синодальным информационным отделом Русской Православной Церкви. - Выходит раз в два месяца. - Издание имеет сериальное приложение: Приход: Юридическая поддержка религиозных организаций Русской Православной Церкви (бр.) / гл. ред.: Соболевская Е.А. – (Подписка библиотеки).
3. Журнал «Церковь и время: научно-богословский и церковно-общественный журнал. - Москва: Отдел внешних церковных связей Московского Патриархата, 1991 - . - Выходит ежеквартально. - ISSN 2221-8181 / гл. ред.: Иларион (Алфеев Григорий Валериевич; митр. Волоколамский». - (Подписка библиотеки).

- **Электронно-библиотечные системы**

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru) . – Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.

- **Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Не предусмотрены.

- **Профессиональные ресурсы Интернет**

1. Жуковская Е.Е. Методические указания по организации работы епархиальной пресс-службы // М.: Синодальной информационный отдел, 2010. <https://www.libfox.ru/270418-zhukovskaya-e-metodicheskie-ukazaniya-po-organizatsii-raboty-eparhialnoy-press-slilzhby.html>
2. Жуковская Е.Е. Церковная информация. Рекомендации к освещению в епархиальных и региональных СМИ решений Органов церковного управления (на примере Архиерейского Собора 2013 г.) // М.: Управление делами Московской Патриархии, 2013. [http://prichod.ru/church-documents/texts-of-documents/Church\\_info\\_23\\_112013.pdf](http://prichod.ru/church-documents/texts-of-documents/Church_info_23_112013.pdf)
3. Легойда В.Р. Зачем зашифровывать Патриарха? // НГ-Религии, 18.08.2010. [http://www.ng.ru/ng\\_religii/2010-08-18/3\\_shifr.html](http://www.ng.ru/ng_religii/2010-08-18/3_shifr.html)
4. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета // М.: Серия «Интернет-журналистика», 2005, выпуск 1.

- [http://www.joum.msu.ru/study/handouts/texts/smi\\_intemet.pdf](http://www.joum.msu.ru/study/handouts/texts/smi_intemet.pdf)
5. Мандзюк-Ильницкий В. Церковная журналистика — свидетельство Истины в XX-XXI вв. // Фестиваль «ЗМИ православных», 26.10.2009. <http://festzmi.org/node/261>
  6. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. [http://anast-shulgina.narod2.ru/book\\_3340/index.html](http://anast-shulgina.narod2.ru/book_3340/index.html)
  7. Щипков А.В. В преддверии постсекулярной эпохи // Интернет-портал «Религия и СМИ» (religare.ru), 18 ноября 2012 года. [http://religare.ru/2\\_98011.html](http://religare.ru/2_98011.html)
  8. Землянова Л.М. Обсуждение проблем социальной ответственности СМИ в современной зарубежной коммуникативистике. <http://www.mediascope.ru/node/659>
  9. Кастельс М. Галактика Интернет. <http://i-u.ru/biblio/download.aspx?id=4290>
  10. Кастельс М. Информационная эпоха. <http://www.telecomlaw.ru/studyguides/Kastel.pdf>
  11. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст. <http://www.philosophy.ru/library/eco/intemet.html>

## **8. Методические рекомендации для студентов по изучению дисциплины**

Современный образовательный стандарт основывается на общем принципе, согласно которому обучающийся должен уделить большое внимание самостоятельной работе по изучению учебного материала. Особое внимание следует уделить подготовке к аттестации.

Главным условием успешной сдачи зачета является регулярная работа в течение семестра, активное участие в семинарах, своевременное выполнение заданий преподавателя. Студент, не прошедший успешно текущие формы контроля (участие в семинарах, выполнение домашних заданий), не допускается к зачету. Для подготовки к зачету обучающийся должен использовать перечень вопросов, учебные пособия и научную литературу, собственные записи. Рекомендуется составить тезисы ответа по каждому вопросу.

Зачет будет проходить в два этапа:

- 1) защита медиапродукта (либо его концепции);
- 2) ответы на контрольные вопросы.

Студент должен продемонстрировать умение применения полученных знаний в практической работе (через подготовку концепции или ведение медиапродукта).

*Примеры медиапродуктов к защите на зачете:* создание концепции церковного сайта, паблика в социальных сетях, газеты или журнала, теле- или радиопрограммы. Также к медиапродуктам могут быть отнесены концепции создания и работы церковных пресс-служб, план проведения кампании

по связям с общественностью в религиозной организации. Студент должен четко изложить цели, задачи, актуальность создания медиапродукта (проведения медиакампании), обозначить целевую аудиторию и разъяснить, как нужно ее выявлять. Концепция должна содержательно соответствовать учебной программе. Кроме того, презентация должна быть визуально насыщена.

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

- **Требования к аудиториям для проведения занятий**

Для проведения занятий необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой.

- **Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и студентов**

Для проведения занятий необходим стандартный набор учебной мебели, компьютер, проектор с экраном или электронная доска. Для организации самостоятельной работы студентов необходим компьютерный класс с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет, а также доступ к сканеру, копировальному аппарату и принтеру.

- **Требования к программному обеспечению учебного процесса**

Для информационно-ресурсного обеспечения дисциплины необходим стандартный комплект лицензионного программного обеспечения для MS Office (MS Word, MS Power Point, иные программы комплекта).