

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

| Код модуля | Модуль |
|------------|--|
| 1165396 | Управление агентством по рекламе и связям с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации |

Екатеринбург

| Перечень сведений о рабочей программе модуля | Учетные данные |
|--|---|
| Образовательная программа 1. PR и реклама в международных коммуникациях 2. PR и реклама в интернет-маркетинге | Код ОП 1. 42.04.01/33.02 2. 42.04.01/33.03 |
| Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью | Код направления и уровня подготовки 1. 42.04.01 |

Программа модуля составлена авторами:

| № п/п | Фамилия Имя Отчество | Ученая степень, ученое звание | Должность | Подразделение |
|-------|---|---|-----------|---|
| 1 | Голубкова Екатерина Александровна | кандидат социологически х наук, без ученого звания | Доцент | интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга |

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Управление агентством по рекламе и связям с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации**

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль формирует знание и понимание принципов функционирования организаций (или отдельных служб в организации) в сфере рекламы и связей с общественностью. Цель модуля: подготовка магистров к организационно-управленческой деятельности через формирование базовых теоретических знаний и основных практических навыков в области управления коммуникационным агентством и службой по управлению коммуникациями в организации. Задачи модуля: формировать знания теории планирования, управления и контроля информационных потоков в организации, знания основ консалтинга в области связей с общественностью и рекламы, знания основ правовой охраны объектов интеллектуальной собственности, знания принципов управления персоналом в сфере коммуникационной деятельности; способствовать выработке умений планирования финансовых потоков организации, вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий, осуществлять функции руководителя, организатора, составлять договора и деловую документацию.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

| № п/п | Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения | Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах |
|------------------|--|---|
| 1 | Управление агентством по рекламе и связям с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации | 3 |
| ИТОГО по модулю: | | 3 |

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

| | |
|------------------------------------|------------------|
| Пререквизиты модуля | Не предусмотрены |
| Постреквизиты и кореквизиты модуля | Не предусмотрены |

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

| Перечень дисциплин модуля | Код и наименование компетенции | Планируемые результаты обучения (индикаторы) |
|---------------------------|--------------------------------|--|
| 1 | 2 | 3 |

| | | |
|---|---|--|
| <p>Управление агентством по рекламе и связям с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации</p> | <p>УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности, выстраивать траекторию профессионального и личностного развития, в том числе с использованием цифровых средств</p> | <p>З-1 - Объяснять порядок и принципы планирования собственной профессиональной траектории с учетом тенденций развития рынка труда и общества и цифровых технологий</p> <p>З-2 - Излагать методы самооценки личности и эффективные стратегии (техники) личностного роста, профессионального и карьерного развития</p> <p>З-3 - Демонстрировать понимание способов совершенствования собственной деятельности и профессионального развития, в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>У-1 - Оценивать личностные и профессиональные качества, особенности характера, определять направления личностного роста, прогнозировать развитие в профессиональной деятельности, используя методы самодиагностики и цифровые средства</p> <p>У-2 - Определять приоритеты собственной деятельности и выбирать эффективные способы ее совершенствования, в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>П-1 - Разрабатывать программу своего профессионального и карьерного развития, в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>П-2 - Формулировать приоритеты и эффективные способы совершенствования профессиональной деятельности на основе анализа личностных, психофизиологических и других ресурсов</p> <p>П-3 - Осуществлять самооценку, используя рефлексивные методы, формулировать цели саморазвития и составлять план действий для их достижения на основе стратегии (техники) личностного роста и профессионального развития</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, социальную ответственность</p> |
|---|---|--|

| | | |
|--|---|---|
| | | Д-2 - Демонстрировать стремление к самосовершенствованию и личностному росту |
| | ОПК-5 - Способен к разработке, внедрению, контролю, оценке и корректировке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности | <p>З-1 - Различать основные методы и приемы осуществления профессиональной деятельности</p> <p>З-2 - Характеризовать основные принципы, особенности и требования к процессу разработки, внедрения, контроля, оценки и корректировки методов и приемов осуществления профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Анализировать существующие методы и приемы осуществления профессиональной деятельности и выявлять необходимость их корректировки или разработки и внедрения инновационных методов и приемов</p> <p>У-2 - Оценивать процесс разработки, внедрения, оценки и корректировки методов и приемов осуществления профессиональной деятельности на соответствие требованиям</p> <p>П-1 - Составлять план поэтапного процесса разработки, внедрения, контроля и оценки инновационных методов и приемов осуществления профессиональной деятельности, в том числе в команде в рамках проекта, в соответствии с требованиями</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, инновационное мышление</p> |
| | ПК-10 - Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (PR и реклама в интернет-маркетинге) | <p>З-1 - Знать основные положения организации труда</p> <p>З-2 - Знать трудовое законодательство Российской Федерации (основные положения)</p> <p>З-3 - Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве</p> <p>З-4 - Знать теорию и практику управленческого менеджмента</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>З-5 - Знать основные принципы эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования</p> <p>З-6 - Знать правила по охране труда, пожарной безопасности</p> <p>З-7 - Знать основы менеджмента</p> <p>З-8 - Понимать основы управления персоналом</p> <p>З-9 - Знать основы налогообложения</p> <p>З-10 - Знать основы права</p> <p>У-1 - Использовать приемы эффективного менеджмента</p> <p>У-2 - Оценивать эффективность трудовой деятельности работников</p> <p>У-3 - Проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей</p> <p>У-4 - Использовать в работе необходимые программные продукты</p> <p>У-5 - Определять приоритеты текущих и общих дел</p> <p>У-6 - Анализировать и систематизировать информацию из различных источников</p> <p>У-7 - Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения)</p> <p>У-8 - Мотивировать персонал</p> <p>У-9 - Проводить переговоры</p> <p>У-10 - Распределять профессиональные задачи по сотрудникам</p> <p>У-11 - Осуществлять коммуникацию с коллегами и подчиненными</p> <p>У-12 - Анализировать поступающую информацию о продвижении проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>У-13 - Прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски</p> <p>У-14 - Выбирать оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов действий</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>У-15 - Координировать действия подразделения с работой организации в целом</p> <p>У-16 - Владеть методами эффективного управления персоналом</p> <p>У-17 - Выявлять причины, приводящие к успехам или неудачам</p> <p>У-18 - Учитывать мнения и предложения работников для разработки идей</p> <p>П-1 - Проведение совещаний</p> <p>П-2 - Планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период</p> <p>П-3 - Координация действий работников</p> <p>П-4 - Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана</p> <p>П-5 - Организация, координация и контроль работы сотрудников структурного подразделения по выпуску телерадиопродуктов в эфир</p> <p>П-6 - Организация и контроль подготовки и выхода в эфир ежедневных новостных и информационных сценариев, презентационных и рекламных роликов, взаимодействие со смежными подразделениями</p> <p>П-7 - Проверка рекламных роликов, выходящих в эфир, на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и требованиям корпоративного формата</p> <p>П-8 - Утверждение наполнения и изменения сетки вещания, контроль выхода элементов эфира и их длительности</p> <p>П-9 - Осуществление контроля информационной насыщенности, соблюдения формата, динамичности предоставления информации в эфире</p> <p>П-10 - Решение ежедневных производственных задач</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>П-11 - Контроль соблюдения правил по охране труда и пожарной безопасности</p> <p>П-12 - Анализ конъюнктуры рынка рабочей силы</p> <p>П-13 - Разработка и внедрение системы качественных показателей, характеризующих деятельность специалистов по интернет-маркетингу</p> <p>П-14 - Разработка и внедрение системы материального и нематериального стимулирования работы сотрудников подразделения интернет-маркетинга</p> <p>П-15 - Разработка организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу</p> <p>П-16 - Составление требований к кандидатам, претендующим на работу в подразделении интернет-маркетинга</p> <p>П-17 - Формирование у сотрудников четкого представления о роли их работы в деятельности организации</p> <p>П-18 - Определение степени занятости сотрудников</p> <p>П-19 - Создание комфортных условий для работы сотрудников подразделения</p> <p>П-20 - Контроль выполняемой работы</p> <p>П-21 - Разработка и реализация систем материальной и нематериальной мотивации работы сотрудников</p> <p>П-22 - Проведение совещаний по вопросам оптимизации деятельности подразделения</p> <p>П-23 - Подготовка предложений главному редактору (руководителю) по реализации кадровой политики в подразделении</p> <p>П-24 - Уведомление руководителя о необходимости применения дисциплинарных взысканий в отношении конкретных сотрудников, нарушающих устав организации и другие внутренние нормативные акты</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|---|---|
| | | <p>П-25 - Анализ эффективности работы отдела; выявление ошибок, развитие конструктивных идей</p> |
| | <p>ПК-10 - Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (PR и реклама в международных коммуникациях)</p> | <p>З-1 - Знать основные положения организации труда</p> <p>З-2 - Знать трудовое законодательство Российской Федерации (основные положения)</p> <p>З-3 - Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации, рекламе и авторском праве</p> <p>З-4 - Знать теорию и практику управленческого менеджмента</p> <p>З-5 - Знать основные принципы эксплуатации и обслуживания эфирного и производственного оборудования</p> <p>З-6 - Знать правила по охране труда, пожарной безопасности</p> <p>З-7 - Знать основы менеджмента</p> <p>З-8 - Понимать основы управления персоналом</p> <p>З-9 - Знать основы налогообложения</p> <p>З-10 - Знать основы права</p> <p>У-1 - Использовать приемы эффективного менеджмента</p> <p>У-2 - Оценивать эффективность трудовой деятельности работников</p> <p>У-3 - Проводить собеседования с кандидатами на замещение вакантных должностей</p> <p>У-4 - Использовать в работе необходимые программные продукты</p> <p>У-5 - Определять приоритеты текущих и общих дел</p> <p>У-6 - Анализировать и систематизировать информацию из различных источников</p> <p>У-7 - Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения)</p> <p>У-8 - Мотивировать персонал</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>У-9 - Проводить переговоры</p> <p>У-10 - Распределять профессиональные задачи по сотрудникам</p> <p>У-11 - Осуществлять коммуникацию с коллегами и подчиненными</p> <p>У-12 - Анализировать поступающую информацию о продвижении проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>У-13 - Прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски</p> <p>У-14 - Выбирать оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов действий</p> <p>У-15 - Координировать действия подразделения с работой организации в целом</p> <p>У-16 - Владеть методами эффективного управления персоналом</p> <p>У-17 - Выявлять причины, приводящие к успехам или неудачам</p> <p>У-18 - Учитывать мнения и предложения работников для разработки идей</p> <p>П-1 - Проведение совещаний</p> <p>П-2 - Планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период</p> <p>П-3 - Координация действий работников</p> <p>П-4 - Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана</p> <p>П-5 - Организация, координация и контроль работы сотрудников структурного подразделения по выпуску телерадиопродуктов в эфир</p> <p>П-6 - Организация и контроль подготовки и выхода в эфир ежедневных новостных и информационных сценариев, презентационных и рекламных роликов, взаимодействие со смежными подразделениями</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>П-7 - Проверка рекламных роликов, выходящих в эфир, на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и требованиям корпоративного формата</p> <p>П-8 - Утверждение наполнения и изменения сетки вещания, контроль выхода элементов эфира и их длительности</p> <p>П-9 - Осуществление контроля информационной насыщенности, соблюдения формата, динамичности предоставления информации в эфире</p> <p>П-10 - Решение ежедневных производственных задач</p> <p>П-11 - Контроль соблюдения правил по охране труда и пожарной безопасности</p> <p>П-12 - Анализ конъюнктуры рынка рабочей силы</p> <p>П-13 - Разработка и внедрение системы качественных показателей, характеризующих деятельность специалистов по интернет-маркетингу</p> <p>П-14 - Разработка и внедрение системы материального и нематериального стимулирования работы сотрудников подразделения интернет-маркетинга</p> <p>П-15 - Разработка организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу</p> <p>П-16 - Составление требований к кандидатам, претендующим на работу в подразделении интернет-маркетинга</p> <p>П-17 - Формирование у сотрудников четкого представления о роли их работы в деятельности организации</p> <p>П-18 - Определение степени занятости сотрудников</p> <p>П-19 - Создание комфортных условий для работы сотрудников подразделения</p> <p>П-20 - Контроль выполняемой работы</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>П-21 - Разработка и реализация систем материальной и нематериальной мотивации работы сотрудников</p> <p>П-22 - Проведение совещаний по вопросам оптимизации деятельности подразделения</p> <p>П-23 - Подготовка предложений главному редактору (руководителю) по реализации кадровой политики в подразделении</p> <p>П-24 - Уведомление руководителя о необходимости применения дисциплинарных взысканий в отношении конкретных сотрудников, нарушающих устав организации и другие внутренние нормативные акты</p> <p>П-25 - Анализ эффективности работы отдела; выявление ошибок, развитие конструктивных идей</p> |
|--|--|--|

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной, очно-заочной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Управление агентством по рекламе и связям
с общественностью и службой рекламы и
связей с общественностью организации

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

| № п/п | Фамилия Имя Отчество | Ученая степень, ученое звание | Должность | Подразделение |
|--------------|--------------------------------------|--|------------------|---|
| 1 | Голубкова Екатерина Александровна | кандидат социологических наук, без ученого звания | Доцент | интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга |

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 39 от 20.03.2024 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Голубкова Екатерина Александровна, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

| Код раздела, темы | Раздел, тема дисциплины* | Содержание |
|-------------------|---|---|
| P1 | Особенности организационной структуры агентства и служб рекламы и PR внутри организаций | Коммуникационное агентство как субъект рынка: цели, функции, виды. Организационная структура агентства. Особенности управления творческим коллективом. Достоинства и ограничения внешних агентств и внутренних служб рекламы и PR. Формирование службы рекламы и PR (на примере кейса компании Лукойл) |
| P2 | Создание рекламного продукта: современные коммуникационные технологии | Маркетинговые исследования и стратегическое планирование (кейс компании МТС) Позиционирование бренда (кейс РА «Дельта-План», бренд Брусника, кейс Red Pepper, бренд Кольцо Урала) Креативные стратегии (кейс Red Pepper, бренды Znak.com, Газпромнефть; социальная реклама) Медиастратегии (кейсы РА «Дельта-План», тм Энтерол) Продакшн (кейсы Red Pepper, клиент: Бен Холл, Оптика) |

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации /полностью на иностранном языке.

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление агентством по рекламе и связям с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации

Электронные ресурсы (издания)

1. Новосадова, О. М.; Кадры решают всё!: антикризисные бизнес-решения : HR-пособие : практическое пособие.; Директ-Медиа, Москва; 2023; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697615> (Электронное издание)
2. Новосадова, О. М.; 5 шагов к успеху: HR-пособие : научно-популярное издание.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572391> (Электронное издание)
3. Иванова, С., С.; Ловушки HR-брендинга: как стать лучшим работодателем для сотрудников и кандидатов : научно-популярное издание.; Альпина Паблишер, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570383> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Гостенина, В. И.; Социология массовой коммуникации : [учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью"].; Альфа-М, Москва; 2009 (11 экз.)
2. Кривоносов, А. Д.; Основы теории связей с общественностью : [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2012 (17 экз.)
3. Четвертков, Н. В.; Современная пресс-служба : [учеб. пособие для вузов по специальности 030602.65 (350400) "Связи с общественностью"].; Аспект Пресс, Москва; 2010 (10 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
4. Справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
5. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>
6. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
7. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
8. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского http://book.uraic.ru/el_library

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;
2. Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;
3. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;
4. ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;
5. Зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>
6. Электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>
7. Справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление агентством по рекламе и связям с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

| № п/п | Виды занятий | Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения |
|--------------|----------------------|---|--|
| 1 | Лекции | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет | Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия) |
| 2 | Практические занятия | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет | Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия) |
| 3 | Консультации | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в | Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | <p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p> | <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</p> |
| 4 | Текущий контроль и промежуточная аттестация | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p> | <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</p> |
| 5 | Самостоятельная работа студентов | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p> | <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</p> |