

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Луганский государственный университет  
имени Владимира Даля»**

**Институт управления и государственной службы  
Кафедра управления персоналом и экономической теории**

УТВЕРЖДАЮ

Директор института управления  
и государственной службы

\_\_\_\_\_ Р.Г. Харьковский

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ЭКОНОМИКА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА»**

По направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело

Профиль подготовки «Редакционно-издательская деятельность»

Луганск 2023

## Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Экономика издательского дела» по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело – 14 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Экономика издательского дела» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 525, с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 г., учебного плана по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело и Положения о рабочей программе учебной дисциплины ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля».

### СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. наук по гос. управлению, старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономической теории Авдеева В.Н.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года, протокол № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Г.В. Чумаченко

Переутверждена: «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года, протокол № \_\_\_\_\_

### Согласована:

Директор института философии \_\_\_\_\_ проф. П. П. Скляр

Переутверждена: «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года, протокол № \_\_\_\_\_

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года, протокол № \_\_\_\_\_

Председатель учебно-методической комиссии института управления

и государственной службы \_\_\_\_\_ А.А. Резник

## Структура и содержание дисциплины

### 1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – дать общее взаимосвязанное представление о характере и особенностях экономики и планирования в медиабизнесе.

Задачи:

ознакомить студентов с экономическими и правовыми условиями функционирования СМИ;

научить студентов свободно оперировать экономическими категориями, разбираться в механизмах редакционно-издательского маркетинга и менеджмента;

развить у студентов навыки экономического мышления, способность к анализу коммерческой деятельности СМИ, определению уровня их рентабельности.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Экономика СМИ и организация медиапроизводства» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Медиаменеджмент», «Медиамаркетинг и фандрайзинг», «Производство печатных СМИ», «Экономическая теория», «Экономика» и служит основой для освоения дисциплин «PR в медиасфере», «Проектная деятельность в медиасфере».

### 3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	Знать: - основы экономической теории; - базовые экономические инструменты, необходимые для управления личными финансами.
	УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и	Уметь: - использовать основы экономики в различных жизненных сферах; - применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей

	долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом).	Владеть навыками: - использования полученных экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; понятийным аппаратом и важнейшими категориями современной экономической теории; - принятия решений с учетом экономических последствий.
--	--	--

## 4. Структура и содержание дисциплины

### 4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
<b>Общая учебная нагрузка (всего)</b>	<b>108</b> (3 зач. ед)	-	<b>108</b> (3 зач. ед)
<b>Обязательная контактная работа (всего)</b> <b>в том числе:</b>	<b>48</b>	-	<b>8</b>
Лекции	24	-	4
Семинарские занятия		-	
Практические занятия	24	-	4
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса	-	-	-
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>60</b>	-	<b>100</b>
Форма аттестации	зачет	-	зачет

### 4.2. Содержание разделов дисциплины

#### Тема 1. Предмет, объект, цели и задачи курса

Предмет, объект, цели и задачи дисциплины. Гибридность медиа-продукта. Разделение в экономике медиа понятия «контент» и понятия «носитель». Информация как коллективный и общественный товар. Носитель информации как частный товар. Реклама как товар не подлежащий классификации.

#### Тема 2. Информационный рынок

Закономерности формирования и развития информационного рынка. Аспекты и структура информационного рынка. Схема информационного рынка по средствам массовой информации.

#### Тема 3. Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности

Сущность предпринимательства, его формы, субъекты. Предпринимательская деятельность предприятия. Классификация предприятий по формам собственности, по отраслевому признаку, по типам производства, размерам, организационно-правовым формам, их

характеристика. Производственная и организационная структуры СМИ. Имущество предприятий, его состав.

#### **Тема 4. Формы организации медиабизнеса**

Условия основания СМИ. Проблемы собственности в медиабизнесе. Финансовый капитал на медиарынке России: российский капитал на медиарынке, иностранный капитал на медиарынке

#### **Тема 5. Организация деятельности медиапроизводства**

Регистрация СМИ. Устав редакции. Приостановление и прекращение деятельности СМИ.

#### **Тема 6. Основы редакционного менеджмента**

Менеджмент и редакция. Управление редакционным коллективом. Экономические основы труда журналиста. Этика и закон.

#### **Тема 7. Маркетинг на медиа-предприятии**

Основные элементы маркетинга: продукт, цена, рынки сбыта, продвижение. Маркетинг как философия бизнеса СМИ. Маркетинг как комплекс инструментов изучения рынка и воздействия на него. Маркетинг как функция управления рыночной деятельностью предприятия. Маркетинговые внутрифирменные технологии: создание прайс-листа на продукты и услуги СМИ, создание системы скидок на услуги, создание системы работы с клиентами. Создание системы продаж продуктов и услуг медиа-компании. Создание системы оплаты труда коммерческой службы. Создание баз данных потребителей продукции и услуг медиа-предприятия. Создание и выведение на рынок новых контентных и коммерческих продуктов. Принцип проектной работы (проект-менеджмент). Риски в медиа-индустрии.

#### **Тема 8: Конкуренция СМИ: ее виды. типы рыночных структур в медиаиндустрии**

Конкуренция СМИ на различных рынках: на рынке содержания, на рынке рекламы, на рынке досуга. Виды конкуренции и доминирующие виды конкуренции на рынке медиа развитых стран. Три вида концентрации медиа-бизнеса: вертикальная, горизонтальная, диагональная.

#### **Тема 9. Бизнес-планирование (моделирование) на медиа-предприятии**

Определение понятия «бизнес-план». Типология бизнес-планов. Структура бизнес-плана. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного управления. Бизнес-план как инструмент диверсификации деятельности медиа-компании. Бизнес-план как инструмент привлечения инвестиций. Бизнес-планирование как инструмент определения стратегии предприятия в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

#### **Тема 10. Издержки и себестоимость продукции**

Издержки в медиа-индустрии: постоянные и переменные издержки различных видов медиа. Издержки и объемы производства в медиа-индустрии.

### **Тема 11. Ценообразование в рыночной экономике**

Экономическое содержание цены, функции цен. Сущность ценообразования, этапы процесса ценообразования. Методы формирования цены. Виды цен. Тарифы на автомобильном транспорте, их характеристика, методика расчета. Медиа – двойственный рынок товаров и услуг. Стоимость первого экземпляра и экономика масштабов производства. Особенности ценообразования индустрии печатных СМИ. Особенности ценообразования аудиовизуальной продукции. Концепция случайной цены медиа. Доходы и расходы медиа.

### **Тема 12. Прибыль и рентабельность**

Доход СМИ, его структура. Сущность прибыли. Функции и роль прибыли. Виды прибыли. Источники образования прибыли. Распределение и использование прибыли. Сущность и виды рентабельности. Методика расчета уровня рентабельности медиа-предприятия, отдельных видов деятельности.

### **Тема 13. Учет на медиа-предприятии**

Бухгалтерский учет и управленческий учет: общее и различия. Управленческий учет как база для принятия административных решений. Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности. Учетная политика как фактор управления себестоимостью, как фактор конкурентоспособности. Бюджет предприятия. Бюджетирование как регулярный процесс.

### **Тема 14. Особенности налогообложения СМИ**

Налоги, их сущность, функции и классификация. Налогообложение как способ регулирования доходов и источник пополнения государственных средств. Налогообложение организации и физических лиц, его экономическая сущность и виды. Основные виды федеральных налогов, методика их расчетов. Налоги субъектов Федерации (налог на имущество организации, транспортный налог. Местные налоги, их роль в местном самоуправлении.

### **Тема 15. ЛОГИСТИКА в массмедиа**

Сущность и цель логистики в массмедиа. Административная управленческая логистика. Закупочная логистика. Информационная логистика

## **4.3. Лекции**

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Предмет, объект, цели и задачи курса	1	-	-
2	Информационный рынок	1	-	-

3	Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности	1	-	-
4	Формы организации медиабизнеса	2	-	0,5
5	Организация деятельности медиапроизводства	1	-	-
6	Основы редакционного менеджмента	1	-	-
7	Маркетинг на медиа-предприятии	2	-	0,5
8	Конкуренция СМИ: ее виды. типы рыночных структур в медиаиндустрии	2	-	0,5
9	Бизнес-планирование (моделирование) на медиа-предприятии	2	-	0,5
10	Издержки и себестоимость продукции	2	-	0,5
11	Ценообразование в рыночной экономике	2	-	0,5
12	Прибыль и рентабельность	2	-	0,5
13	Учет на медиа-предприятии	2	-	0,5
14	Особенности налогообложения СМИ	2	-	-
15	Логистика в массмедиа	1	-	-
<b>Итого:</b>		<b>24</b>	<b>-</b>	<b>4</b>

#### 4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Предмет, объект, цели и задачи курса	1	-	-
2	Информационный рынок	1	-	-
3	Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности	1	-	-
4	Формы организации медиабизнеса	2	-	-
5	Организация деятельности медиапроизводства	1	-	-
6	Основы редакционного менеджмента	1	-	-
7	Маркетинг на медиа-предприятии	2	-	1
8	Конкуренция СМИ: ее виды. типы рыночных структур в медиаиндустрии	2	-	1
9	Бизнес-планирование (моделирование) на медиа-предприятии	2	-	1
10	Издержки и себестоимость продукции	2	-	1
11	Ценообразование в рыночной экономике	2	-	1
12	Прибыль и рентабельность	2	-	1
13	Учет на медиа-предприятии	2	-	1
14	Особенности налогообложения СМИ	2	-	1
15	Логистика в массмедиа	1	-	1
<b>Итого:</b>		<b>24</b>	<b>-</b>	<b>4</b>

4.5. Лабораторные работы рабочим учебным планом не предусмотрены.

#### 4.6. Самостоятельная работа студентов

№	Название темы	Вид СРС	Объем часов
---	---------------	---------	-------------

п/п			Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Понятие редакционно-издательского маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
2	Основные цели и задачи редакционно-издательского маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
3	Аспекты рынка СМИ. Факторы изучения аспектов рынка СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
4	Финансовый рынок СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
5	Рынок труда СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
6	Издательский рынок.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
7	Рынок материалов СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
8	Технический рынок.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
9	Рынок информации и идей.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
10	Рынок распространителей.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
11	Рынок периодических изданий.	Самостоятельный поиск источников информации, их	1	-	3

		изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.			
12	Исследование рынка периодических изданий.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	1	-	3
13	Рынок потребителей информации СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
14	Ситуации конкуренции на рынке СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
15	Основы планирования редакционно-издательского маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
16	Бюджет маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
17	Маркетинговые прогнозы.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
18	Расходная часть бюджета СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
19	Доходная часть бюджета СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
20	Ценовая политика СМИ. Факторы ценовой политики редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
21	Система публикаций рекламы. Экономические принципы редакционной	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3

	деятельности.				
22	Понятие редакционного менеджмента. Задачи менеджмента.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
23	Производственный и финансовый менеджмент.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
24	Менеджер – ключевая фигура управления СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
25	Уровни менеджмента в редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
26	Структура редакционного коллектива.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
27	Принципы редакционной деятельности.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
28	Функциональные группы редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
29	Типы структур редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
30	Факторы экономической модели газеты.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
31	Товарный знак, торговая марка и бренд медиа-проекта	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений	2	-	4
<b>Итого:</b>			<b>60</b>	<b>-</b>	<b>100</b>

**4.7. Курсовые работы/проекты** не предусмотрены рабочим учебным планом.

### **5. Образовательные технологии**

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения, технология проведения учебной дискуссии), информационных технологий (презентационные материалы), развивающих и инновационных образовательных технологий.

Практические занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных технологий.

### **6. Формы контроля освоения дисциплины**

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем(ями), ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений);
- контрольные работы;
- рефераты;
- тесты.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить результаты текущей и промежуточной аттестации обучающихся по данной дисциплине, помещаются в приложении к рабочей программе в соответствии с «Положением о фонде оценочных средств».

Промежуточная аттестация по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного/письменного зачета (включает в себя ответы на теоретические вопросы и ответы на тестовые задания). Студенты, выполнившие 75% текущих и контрольных мероприятий на «отлично», а остальные 25 % на «хорошо», имеют право на получение итоговой оценки.

В экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются оценки по шкале, приведенной в таблице.

Шкала оценивания (экзамен)	Характеристика знания предмета и ответов	Зачеты
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено

хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

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

### **а) основная литература:**

1. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес моделирования СМИ: учебное пособие для вузов/ В.Л.Иваницкий. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 239 с.

2. Зельдович, Б.З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б.З. Зельдович. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 293 с.

### **б) дополнительная литература:**

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 507 с.

2. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 109 с.

3. Назайкин А.Н. Менеджмент рекламы в современных СМИ в интернете, прессе, на телевидении и радио. Издательство Соломон-Прес, 2017. - 352с.

**г) интернет-ресурсы:**

Министерство образования и науки Российской Федерации – <http://минобрнауки.рф/>

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>

**Электронные библиотечные системы и ресурсы**

Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmed.ru>

Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН (Интернет ресурсы) – <https://www.fnisc.ru/eresurs.html>

Официальный сайт журнала «Социологические исследования». – <http://www.isras.ru>

**Информационный ресурс библиотеки образовательной организации**

Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

**8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины**

Освоение дисциплины «Экономика СМИ и организация медиапроизводства» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
---------------------------	------------------------------------	--------

Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	<a href="https://www.libreoffice.org/">https://www.libreoffice.org/</a> <a href="https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice">https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice</a>
Операционная система	UBUNTU 19.04	<a href="https://ubuntu.com/">https://ubuntu.com/</a> <a href="https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu">https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu</a>
Браузер	Firefox Mozilla	<a href="http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx">http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx</a>
Браузер	Opera	<a href="http://www.opera.com">http://www.opera.com</a>
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	<a href="http://www.mozilla.org/ru/thunderbird">http://www.mozilla.org/ru/thunderbird</a>
Файл-менеджер	Far Manager	<a href="http://www.farmanager.com/download.php">http://www.farmanager.com/download.php</a>
Архиватор	7Zip	<a href="http://www.7-zip.org/">http://www.7-zip.org/</a>
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	<a href="http://www.gimp.org/">http://www.gimp.org/</a> <a href="http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8">http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8</a> <a href="http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP">http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP</a>
Редактор PDF	PDFCreator	<a href="http://www.pdfforge.org/pdfcreator">http://www.pdfforge.org/pdfcreator</a>
Аудиоплеер	VLC	<a href="http://www.videolan.org/vlc/">http://www.videolan.org/vlc/</a>