

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Луганский государственный университет  
имени Владимира Даля»

Институт философии  
Кафедра русского языка и культуры речи

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор  
института философии  
П. П. Склад  
(подпись)  
2020 » 04 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«PR В МЕДИАСФЕРЕ»

По направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации  
Профиль подготовки: 42.03.05.01 Общий

Луганск – 2023

## Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «PR в медиасфере» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации. – 14 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «PR в медиасфере» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 527, учебного плана по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации (профиль «Общий») и Положения о рабочей программе учебной дисциплины в ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля».

### СОСТАВИТЕЛЬ:

ст. преподаватель кафедры русского языка и культуры речи Панкова Н. А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры русского языка и культуры речи «17» 04 20 23 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой  
русского языка и культуры речи \_\_\_\_\_ Нередкова С. С.

Переутверждена: «  » \_\_\_\_\_ 20   г., протокол № \_\_\_\_\_

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии «10» 04 20 23 г., протокол № 7.

Председатель учебно-методической комиссии  
института философии \_\_\_\_\_ Пидченко С. А.

© Панкова Н. А., 2023 год

© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля», 2023 год

## **Структура и содержание дисциплины**

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

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цель** освоения учебной дисциплины «PR в медиасфере»: ознакомить с историей и современным опытом коммуникативной деятельности PR в медиасфере, принципами и методами, особенностями взаимодействия PR со средствами массовой информации, а также с креативными технологиями PR.

#### **Задачи** изучения дисциплины:

- овладеть навыками PR-искусства;
- изучить и приобрести психологические навыки воздействия на потребителя и тщательно к ним подходить;
- получить представление о коммуникативном потенциале различных сегментов и сервисов Интернета;
- овладеть практическими инструментами PR в медиасфере;
- теоретически осмыслить PR в медиасфере при выявлении функциональных особенностей этого вида коммуникации, в формировании навыков и умений PR деятельности сформировать критическое осмысление феномена медиа-пространства, основанное на его структурно-функциональной модели;
- систематизировать знания о современной медиасфере;
- проанализировать основные инструменты связей с общественностью в медиасфере, возможности использования в PR-целях социальных сетей.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП ВО. Требования к результатам освоения содержания дисциплины**

Дисциплина относится к формируемой участниками образовательных отношений части учебного плана по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Основы медиакоммуникации», «История медиакоммуникации», «Реклама в медиасфере» и служит подготовкой к «Преддипломной практике», «Выпускной квалификационной работе», «Государственному экзамену».

Дисциплина реализуется кафедрой русского языка и культуры речи.

### **3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины**

Студенты, завершившие изучение дисциплины «PR в медиасфере», должны

#### **знать:**

основы организации взаимодействия с внешними организациями и учреждениями, гражданами;

практику политических коммуникаций PR и политического консультирования в процессе принятия государственно-административных и политических решений;

**уметь:**

организовывать коммуникации; обеспечивать связи с общественностью соответствующих органов и организаций;

организовывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами управления персоналом;

управлять коммуникационными потоками в сфере взаимодействия с общественностью;

**владеть навыками:**

навыками коммуникациями и организации взаимодействия с внешними организациями;

приобрести навыки анализа применения коммуникативных технологий и стратегии административно-политических связей с общественностью.

Перечисленные результаты образования являются основой для формирования следующих компетенций:

**профессиональных:**

ПК-3 – способен осуществлять координацию деятельности технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой в процессе работы над творческими проектами, в том числе посредством создания необходимых технических требований.

## 4. Структура и содержание дисциплины

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

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
<b>Общая учебная нагрузка (всего)</b>	<b>108</b> (3 з. е.)	<b>108</b> (3 з. е.)
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:</b>	<b>48</b>	<b>18</b>
Лекции	24	8
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	24	10
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса ( <i>контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям по разделам дисциплины; контрольные работы, тестовые задания и т.п.</i> )	-	-
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>60</b>	<b>90</b>
<b>Форма аттестации</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

## **4.2. Содержание разделов дисциплины**

### **Тема 1. Теоретические основы публик рилейшнз.**

Public Relations: основные понятия и определения. Сущность и содержание публик рилейшнз. Государство и PR. Пять основных целей и составляющие PR. Основные направления деятельности по связям с общественностью. Принципы и функции публик рилейшнз. Методы и инструменты публик рилейшнз. Внутренние и внешние публик рилейшнз. Публик рилейшнз как теория «общественных отношений» в современном обществе. Базовые PR-документы.

### **Тема 2. Публик рилейшнз в системе социальных отношений.**

Наука PR – эволюция развития. Концепции PR. Рынок услуг PR. Международные профессиональные кодексы и стандарты. Профессиональная деятельность специалистов PR. Корпоративная социальная ответственность. Фандрайзинг. Правовые основы PR-деятельности. PR и другие дисциплины.

### **Тема 3. Организация и управление деятельностью по связям с общественностью.**

Развитие общественных отношений. Предпосылки возникновения публик рилейшнз, его основные цели, функции, сферы функционирования и роль в современном мире. Создание «положительного образа».

### **Тема 4. Организация PR-деятельности.**

Public Relations как функция менеджмента. Менеджмент PR. Структура PR-концепции. Планирование PR-деятельности. Перспективное и оперативное планирование PR. Самостоятельные PR-организации. Организационные формы деятельности PR-структур и служб. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя.

### **Тема 5. Публик рилейшнз – технология коммуникационного обеспечения управления.**

Обзор механизмов функционирования PR в процессе управления организацией. Принципы эффективного менеджмента PR в решении стратегических задач развития организации. Организационно-управленческие аспекты профессиональной деятельности в сфере публик рилейшнз.

### **Тема 6. Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий.**

Примеры деловых и пресс-мероприятий для представителей целевых аудиторий. Выставочное участие и спецмероприятия. Работа с современными информационными ресурсами. Коммуникация: основные понятия и определения. Теория коммуникации. Основные законы коммуникации.

Маркетинг и Public Relations. Место связей с общественностью в комплексе маркетинга. Факторы, определяющие выбор СМИ. Медиапланирование.

### **Тема 7. Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.**

Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов. Медиарилейшнз. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Дифференциация СМИ, возможности и перспективы работы с ними в современный период: телевидение, радио, печатная пресса, альтернативные носители информации. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью. Управление средствами массовой информации и информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Новость: предыстория, развернутая картина события, реакция на событие, косвенный контекст смыслового позиционирования новости. Этапы, логика и механизмы управления информацией. Формирование собственного информационного потока. Приемы создания и усиления новостей. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства. Этика отношений. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства: взгляд с позиции журналиста. Алгоритм действий по работе со СМИ (мониторинг). Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро; подготовка материалов для СМИ. Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой: пресс-служба, пресс-секретарь, пресс-центр, пресс-бюро, пресс-клуб.

Типология мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ (новостные PR-мероприятия). Интервью: очное, заочное, виртуальное. Брифинг. Пресс-конференция. Виртуальная пресс-конференция в интернете. Видеоконференции и телемосты. Совместные конференции и семинары со СМИ. Тематический образовательный семинар. Презентация. Пресс-тур. Пресс-клуб и пресс-пул. Неформальные встречи: пресс-завтрак, клубный вечер (party), конкурс среди журналистов на лучший материал; день прессы; ежегодный праздник газет; информационное спонсорство; роуд-шоу. Связи со средствами массовой коммуникации (методика использования в избирательной кампании): работа со средствами информации, контрольный список средств информации, подход к работникам средств информации, радио- и телевизионные интервью, интервью для печатных органов.

### **Тема 8. Корпоративный PR. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организации.**

Внутренний PR: понятие, задачи, методы и средства реализации. Корпоративная культура и фирменный стиль. Виды, стили, формы и функции корпоративного общения. Имидж: содержание понятия. Структура и функции

корпоративного имиджа. Конструирование корпоративного имиджа. Роль связей с общественностью в создании корпоративного пространства и в формировании корпоративной культуры.

#### **Тема 9. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.**

Понятие и классификация кризисов. Подготовка к кризисным ситуациям. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Управление PR в кризисных ситуациях. Управление репутацией в период кризиса. Практические примеры кризисных ситуаций и их решений.

PR-кампания: основные определения, задачи и методы достижения целей. Отличие PR-кампании от рекламной кампании. Типы PR-кампаний. Принципы и характеристики успешной кампании. Организационные формы управления Public Relations. Формирование бюджета Public Relations.

#### **Тема 10. Будущее PR. Новые тенденции и технологии.**

Новые тенденции развития PR-рынка в России и в мире. Современные технологии PR-кампаний. Особенности продвижения в мультимедийном пространстве.

### **4.3. Лекции**

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Теоретические основы публичных отношений.	2	1
2	Публичных отношений в системе социальных отношений.	2	1
3.	Организация и управление деятельностью по связям с общественностью.	2	1
4.	Организация PR-деятельности.	2	1
5.	Публичных отношений – технология коммуникационного обеспечения управления.	2	1
6	Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий.	2	1
7.	Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.	6	1
8.	Корпоративный PR. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организации.	2	1
9.	Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.	2	-
10.	Будущее PR. Новые тенденции и технологии.	2	-
<b>Итого:</b>		<b>24</b>	<b>8</b>

#### 4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Теоретические основы паблик рилейшнз.	2	1
2	Паблик рилейшнз в системе социальных отношений.	2	1
3.	Организация и управление деятельностью по связям с общественностью.	2	1
4.	Организация PR-деятельности.	2	1
5.	Паблик рилейшнз – технология коммуникационного обеспечения управления.	2	1
6	Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий.	2	1
7.	Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.	6	1
8.	Корпоративный PR. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организации.	2	1
9.	Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.	2	1
10.	Будущее PR. Новые тенденции и технологии.	2	1
<b>Итого:</b>		<b>24</b>	<b>10</b>

#### 4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1.	Теоретические основы паблик рилейшнз.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	8
2	Паблик рилейшнз в системе социальных отношений.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	8
3.	Организация и управление деятельностью по связям с общественностью.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	8
4.	Организация PR-деятельности.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	14
5.	Паблик рилейшнз – технология коммуникационного обеспечения управления.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	8
6	Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для	6	8



		подготовки к практическим заданиям; тестовые задания		
7.	Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	10	12
8.	Корпоративный PR. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организации.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	8
9.	Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	4	8
10.	Будущее PR. Новые тенденции и технологии.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	4	8
<b>Итого:</b>			<b>60</b>	<b>90</b>

## 5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

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

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы преподавателем в следующих формах:

контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям по разделам дисциплины;

тестовые задания.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, письменные индивидуальные задания, контрольные работы, 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».

Форма аттестации по результатам освоения дисциплины проходит в форме зачета.

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

Характеристика знания предмета и ответов	Шкала оценивания
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
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.	
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.	
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 дисциплины:**

### **а) основная литература:**

1. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России / Под ред. Е. Л. Вартановой - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 424 с. - ISBN 978-5-7567-1103-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711035.html>
2. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий / Корнилов Е. А. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 256 с. - ISBN 978-5-9765-1360-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976513600.html>
3. Кириллова, Н. Б. Парадоксы медийной цивилизации : избр. статьи / Н. Б. Кириллова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 452 с. - ISBN 978-5-4499-1562-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785449915627.html>
4. Лукманова, И. Г. Управление проектами : учебное пособие / Лукманова И. Г. - Москва : Издательство МИСИ - МГСУ, 2017. - 174 с. - ISBN 978-5-7264-1746-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785726417462.html>
5. Румин, И. Информация и общественное мнение : От репортажа в СМИ к реальным переменам / Под ред. Румин Ислам; Пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2010. - 293 с. - ISBN 978-5-9614-1096-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961410969.html>
6. Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. (Серия "Современные технологии PR. Мастер-класс") - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707151.html>

### **б) дополнительная литература:**

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров: учебник / И.В. Алешина. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2004. – 480 с.
2. Анпилогова, Л. В. Психологическая модель профессионального общения студентов-журналистов / Анпилогова Л. В. - Оренбург : ОГУ, 2017. -

ISBN 978-5-7410-1872-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785741018729.html>

3. Блэк Сэм. Паблик рилейшнз. Что это такое / Сэм Блэк – М., 1990.
4. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2002. – 624 с.
5. Соломандина Т.О. Организационная культура компании / Т.О. Соломандина. – М., 2003 – 461 с.
6. Тульчинский Г.Л. Public Relations. Репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство / Г.Л. Тульчинский. – СПб., 1994.
7. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М., 2003. – 246 с.
8. Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; ред. А. Черникова. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 230 с. : ил. – Режим доступа: по подпис-ке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019>.
9. Шарков Ф.И. Интегрированные бренд-коммуникации / Ф.И. Шарков. – М., 2004 – 244 с.
10. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М.А. Шишкина. – СПб., 1999. – 444 с.

#### **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/>

Министерство образования и науки Луганской Народной Республики – <https://minobr.su>

Народный совет Луганской Народной Республики – <https://nslnr.su>

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 «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>

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

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

Электронно-библиотечная система «КиберЛенинка» – <http://www.cyberleninka.ru/about>

## **Информационный ресурс библиотеки образовательной организации**

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

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

Освоение дисциплины «PR в медиасфере» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

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

Программное обеспечение:

<b>Функциональное назначение</b>	<b>Бесплатное программное обеспечение</b>	<b>Ссылки</b>
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>

