



Автономная некоммерческая образовательная организация  
высшего образования  
«Воронежский экономико-правовой институт»  
(АНОО ВО «ВЭПИ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор  
по учебно-методической работе  
А.Ю. Жильников  
«14» Июня 20 18 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.Б.23 Маркетинг

(наименование дисциплины (модуля))

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) Бухгалтерский учет, анализ и аудит  
(наименование направленности (профиля))

Квалификация выпускника Бакалавр  
(наименование квалификации)

Форма обучения Очная, заочная  
(очная, заочная)

Рекомендована к использованию Филиалами АНОО ВО «ВЭПИ».

Воронеж 2018

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.11.2015 № 1327, учебным планом по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленность (профиль) «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», год начала подготовки – 2018.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента.

Протокол от « 18 » января 20 18 г. № 6

Заведующий кафедрой

И.В. Куксова

Разработчики:

Доцент

И.А. Сумских

## 1. Цель дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины (модуля) является выработать у обучающихся представления об организации маркетинговых исследований рынка, маркетинговым коммуникациям, разработки маркетинговых стратегий предприятий, а также развитие и закрепление этих знаний при разработке маркетинговых мероприятий по реализации товаров и услуг.

## 2. Задачи дисциплины (модуля)

2.1. Изучение экономических категорий и приемов маркетинга в профессиональной деятельности;

2.2. Формирование навыков применения экономических методов и приемов маркетинга;

2.3. Формирование знаний об основах построения, расчета и анализа экономических данных в маркетинговой деятельности;

2.4. Получение навыков применения инструментария обработки экономических данных для решения маркетинговых задач.

## 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовой части дисциплин по направлению подготовки «Экономика».

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Микроэкономика», «Макроэкономика».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: «Корпоративные финансы».

## 4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Процесс изучения данной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть
1.	ОК-3	способностью использовать основы экономических	экономические категории маркетинга в профессиональной	использовать методы маркетинга в профессиональной	навыками применения экономических методов и

		знаний в различных сферах деятельности	деятельности.	деятельности	приемов маркетинга
2.	ОПК-3	способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	основы построения, расчета и анализа экономических данных в маркетинговой деятельности	применять инструментальные средства для обработки экономических данных в сфере маркетинга	навыками применения инструментария обработки экономических данных для решения маркетинговых задач

## 5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

### 5.1. Структура дисциплины (модуля)

5.1.1. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы по очной форме обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		№ 4	
		часов	
Контактная работа (всего):	72	72	
В том числе:	36	36	
Лекции (Л)			
Практические занятия (Пр)	36	36	
Лабораторная работа (Лаб)			
Самостоятельная работа обучающихся (СР)	36	36	
Контроль	форму контроля		(3)
	кол-во часов		
Общая трудоемкость	часов	108	108
	зач. ед.	3	3

5.1.2. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы по заочной форме обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс	
		№ 3	
		часов	
Контактная работа (всего):	14	14	
В том числе:	10	10	
Лекции (Л)			
Практические занятия (Пр)	4	4	

Лабораторная работа (Лаб)			
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		90	90
Контроль	форму контроля		(3)
	кол-во часов	4	4
Общая трудоемкость	часов	108	108
	зач. ед.	3	3

## 5.2. Содержание дисциплины (модуля)

### 5.2.1. Содержание дисциплины (модуля) по очной форме обучения

Наименование раздела, темы	Код компетенций (части компетенций)	Количество часов, выделяемых на контактную работу			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		в том числе по видам учебных занятий					
		Л	Пр	Лаб			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1. Сущность маркетинга и основные категории маркетинга. Концепции маркетинга	ОК-3	4	4	-	4	Анализ проведенного исследования	опрос
Тема 2. Маркетинговая информационная система	ОК-3, ОПК-3	4	4	-	4	Анализ используемого материала. Разработка плана доклада	доклад
Тема 3. Планирование и организация сбора маркетинговой информации	ОК-3, ОПК-3	4	4	-	4	Сбор, обработка и систематизация информации	сообщение
Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара	ОК-3, ОПК-3	4	4	-	4	Анализ используемого материала. Разработка плана доклада	доклад
Тема 5. Сущность товара. Классификация товаров и товарная политика	ОК-3, ОПК-3	4	4	-	4	Анализ проведенного исследования	опрос
Тема 6. Цена. Факторы ценообразования	ОК-3, ОПК-3	4	4	-	4	Анализ используемого материала. Разработка плана доклада	доклад

Наименование раздела, темы	Код компетенций (части компетенций)	Количество часов, выделяемых на контактную работу			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		в том числе по видам учебных занятий					
		Л	Пр	Лаб			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 7. Этапы ценообразования и методы ценообразования. Ценовая политика	ОК-3, ОПК-3	6	4	-	6	Сбор, обработка и систематизация информации	сообщение
Тема 8. Каналы товародвижения и стимулирование сбыта	ОК-3, ОПК-3	6	6	-	6	Анализ проведенного исследования	опрос
Обобщающее занятие			2				зачет
<b>ВСЕГО ЧАСОВ:</b>		36	36	-	36		

Тема 1. Сущность маркетинга и основные категории маркетинга. Концепции маркетинга – 12 ч.

Лекции – 4 ч. Содержание: Сущность маркетинга и его роль в экономике. Этапы развития маркетинговых исследований. Развитие теории практики и практики маркетинга. Маркетинг на национальном уровне. Концепции управления маркетингом. Становление теории и практики маркетинга.

Практические занятия – 4 ч.

Вопросы:

1. Чем отличаются концепция совершенствования товара и концепция совершенствования производства.

2. С чем связано все более широкое распространение концепции социально-этического маркетинга?

3. Каким образом маркетинговая деятельность может способствовать повышению качества жизни?

Тема 2. Маркетинговая информационная система – 12 ч.

Лекции – 4 ч. Содержание: Направление и характер маркетинговых исследований. Принципы проведения исследований. Сущность маркетинговой информационной системы. Характер информационных потоков в деятельности предприятия.

Практические занятия – 4 ч.

Вопросы:

1. Почему необходимы маркетинговые исследования.

2. Какая разница между системой маркетинговой информации и системой сбора внешней текущей маркетинговой информации.

3. Какова роль информационной системы в маркетинговой деятельности предприятия.

Темы докладов и научных сообщений:

1. Сущность маркетинговой информационной системы.
2. Характер информационных потоков в деятельности предприятия

Тема 3. Планирование и организация сбора маркетинговой информации – 12 ч.

Лекции – 4 ч. Содержание: Этапы маркетингового исследования. Виды маркетинговой информации. Первичная маркетинговая информация и способы ее сбора. Вторичная маркетинговая информация и способы ее сбора. Достоинства и недостатки первичной и вторичной маркетинговой информации. Схема планирования и организации сбора маркетинговой информации.

Практические занятия – 4 ч.

Вопросы:

1. Приведите классификацию маркетинговой информации.
2. Сравните преимущества недостатки первичной и вторичной маркетинговой информации.
3. В чем отличие эксперимента от наблюдения?
4. Каково назначение системы анализа информации?

Темы докладов и научных сообщений:

1. Схема планирования и организации сбора маркетинговой информации.
2. Этапы маркетингового исследования.

Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара – 12 ч.

Лекции – 4 ч. Содержание: Сущность сегментации рынка. Последовательность формирования сегмента рынка. Способы охвата рынка. Критерии сегментации. Сегментация различных видов рынка. Сущность позиционирования товара.

Практические занятия – 4 ч.

Вопросы:

1. Обоснуйте необходимость сегментирования товарных рынков
2. В чем состоят отличия в сегментировании потребительских рынков
3. Какие факторы оказывают влияние на сегментацию рынков продуктов питания?

Темы докладов и научных сообщений:

1. Сегментация различных видов рынка.
2. Сущность позиционирования товара.
3. Преимущества на основе использования позиционирования товара.

Тема 5. Сущность товара. Классификация товаров и товарная политика – 12 ч.

Лекции – 4 ч. Содержание: Сущность товара и его уровни. Основные составляющие товара. Классификация товаров. Классификация и характеристика основных типов потребительских товаров. Качество и конкурентоспособность товара.

Практические занятия – 4 ч.

Вопросы:

1. Какие признаки лежат в основе классификаций товаров?
2. Что такое товарный ассортимент?
3. Что входит в понятие качества товара?
4. В чем смысл товарной политики?

Тема 6. Цена. Факторы ценообразования – 12 ч.

Лекции – 4 ч. Содержание: Цена. Виды и структура цен. Факторы ценообразования. Структура внутренних и внешних факторов ценообразования. Влияние государства на ограничение цен. Особенности ценообразования на товары в России.

Практические занятия – 4 ч.

Вопросы:

1. Объясните роль цены как средства организации производства.
2. В каких случаях следует придерживаться стратегии снятия сливок.
3. Чем обосновывается вмешательство в процесс ценообразования?

Темы докладов и научных сообщений:

1. Влияние государства на ограничение цен.
2. Структура внутренних и внешних факторов ценообразования.

Тема 7. Этапы ценообразования и методы ценообразования. Ценовая политика – 16 ч.

Лекции – 6 ч. Содержание: Характеристика этапов ценообразования. Методы ценообразования. Стратегии ценообразования. Формирование товарной политики предприятия.

Практические занятия – 4 ч.

Вопросы:

1. На каком этапе жизненного цикла товара обычно начинают устанавливаться рыночные цены.



2. Как может изменяться стратегия ценообразования.
3. Влияет ли конъюнктура рынка на ценовую политику фирмы.

Темы докладов и научных сообщений:

1. Методы ценообразования.
2. Стратегии ценообразования.
3. Формирование товарной политики предприятия.

Тема 8. Каналы товародвижения и стимулирование сбыта – 18 ч.

Лекции – 6 ч. Содержание: Сущность распределения товаров. Канал распределения, его характеристики. Функции каналов распределения. Виды каналов сбыта. Структура и уровни каналов распределения. Выбор канала сбыта. Оптовая и розничная торговля. Функции оптовой и розничной торговли.

Практические занятия – 6 ч.

Вопросы:

1. Какие факторы влияют на длину и ширину каналов распределения?
2. Каковы критерии, которые должны использоваться при выборе оптимальных средств распространения рекламы?

Темы докладов и научных сообщений:

1. Маркетинговые коммуникации.
2. Особенности стимулирования продаж.
3. Методы стимулирования.

### 5.2.2. Содержание дисциплины (модуля) по заочной форме обучения

Наименование раздела, темы	Код компетенций (части компетенций)	Количество часов, выделяемых на контактную работу			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		в том числе по видам учебных занятий					
		Л	Пр	Лаб			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1. Сущность маркетинга и основные категории маркетинга. Концепции маркетинга	ОК-3	2	1	-	11	Анализ проведенного исследования	опрос
Тема 2. Маркетинговая информационная система	ОК-3, ОПК-3	2	-	-	11	Анализ используемого материала. Разработка плана доклада	доклад

Наименование раздела, темы	Код компетенций (части компетенций)	Количество часов, выделяемых на контактную работу			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		в том числе по видам учебных занятий					
		Л	Пр	Лаб			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 3. Планирование и организация сбора маркетинговой информации	ОК-3, ОПК-3	2	-	-	11	Сбор, обработка и систематизация информации	сообщение
Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара	ОК-3, ОПК-3	2	-	-	11	Анализ используемого материала. Разработка плана доклада	доклад
Тема 5. Сущность товара. Классификация товаров и товарная политика	ОК-3, ОПК-3	1	-	-	11	Анализ проведенного исследования	опрос
Тема 6. Цена. Факторы ценообразования	ОК-3, ОПК-3	1	1	-	11	Анализ используемого материала. Разработка плана доклада	доклад
Тема 7. Этапы ценообразования и методы ценообразования. Ценовая политика	ОК-3, ОПК-3	-	1	-	11	Сбор, обработка и систематизация информации	сообщение
Тема 8. Каналы товародвижения и стимулирование сбыта	ОК-3, ОПК-3	-	1	-	13	Анализ проведенного исследования	опрос
<b>ВСЕГО ЧАСОВ:</b>		10	4	-	90		

Тема 1. Сущность маркетинга и основные категории маркетинга. Концепции маркетинга – 14 ч.

Лекции – 2 ч. Содержание: Сущность маркетинга и его роль в экономике. Этапы развития маркетинговых исследований. Развитие теории практики и практики маркетинга. Маркетинг на национальном уровне. Концепции управления маркетингом. Становление теории и практики маркетинга.

Практические занятия – 1 ч.

Вопросы:

1. Чем отличаются концепция совершенствования товара и концепция совершенствования производства.

2. С чем связано все более широкое распространение концепции социально-этического маркетинга?

3. Каким образом маркетинговая деятельность может способствовать повышению качества жизни?

Тема 2. Маркетинговая информационная система – 13 ч.

Лекции – 2 ч. Содержание: Направление и характер маркетинговых исследований. Принципы проведения исследований. Сущность маркетинговой информационной системы. Характер информационных потоков в деятельности предприятия.

Тема 3. Планирование и организация сбора маркетинговой информации – 13 ч.

Лекции – 2 ч. Содержание: Этапы маркетингового исследования. Виды маркетинговой информации. Первичная маркетинговая информация и способы ее сбора. Вторичная маркетинговая информация и способы ее сбора. Достоинства и недостатки первичной и вторичной маркетинговой информации. Схема планирования и организации сбора маркетинговой информации.

Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара – 13 ч.

Лекции – 2 ч. Содержание: Сущность сегментации рынка. Последовательность формирования сегмента рынка. Способы охвата рынка. Критерии сегментации. Сегментация различных видов рынка. Сущность позиционирования товара.

Тема 5. Сущность товара. Классификация товаров и товарная политика – 12 ч.

Лекции – 1 ч. Содержание: Сущность товара и его уровни. Основные составляющие товара. Классификация товаров. Классификация и характеристика основных типов потребительских товаров. Качество и конкурентоспособность товара.

Тема 6. Цена. Факторы ценообразования – 14 ч.

Лекции – 1 ч. Содержание: Цена. Виды и структура цен. Факторы ценообразования. Структура внутренних и внешних факторов ценообразования. Влияние государства на ограничение цен. Особенности ценообразования на товары в России.

Тема 7. Этапы ценообразования и методы ценообразования. Ценовая политика – 12 ч.

Содержание: Характеристика этапов ценообразования. Методы ценообразования. Стратегии ценообразования. Формирование товарной политики предприятия.

Практические занятия – 1 ч.

Вопросы:

1. На каком этапе жизненного цикла товара обычно начинают устанавливаться рыночные цены.
2. Как может изменяться стратегия ценообразования.
3. Влияет ли конъюнктура рынка на ценовую политику фирмы.

Темы докладов и научных сообщений:

1. Методы ценообразования.
2. Стратегии ценообразования.
3. Формирование товарной политики предприятия.

Тема 8. Каналы товародвижения и стимулирование сбыта – 14 ч.

Содержание: Сущность распределения товаров. Канал распределения, его характеристики. Функции каналов распределения. Виды каналов сбыта. Структура и уровни каналов распределения. Выбор канала сбыта. Оптовая и розничная торговля. Функции оптовой и розничной торговли.

Практические занятия – 1 ч.

Вопросы:

1. Какие факторы влияют на длину и ширину каналов распределения?
2. Каковы критерии, которые должны использоваться при выборе оптимальных средств распространения рекламы?

Темы докладов и научных сообщений:

1. Маркетинговые коммуникации.
2. Особенности стимулирования продаж.
3. Методы стимулирования.

## **6. Методические материалы для изучения дисциплины (модуля)**

Методические материалы для изучения дисциплины (модуля) представлены в виде учебно-методического комплекса дисциплины (модуля).

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модулю)**

### **7.1. Основная литература**

№ п/п	Период обучения (о./з.)	Библиографическое описание (автор(ы), название, место изд., год изд., стр.)	Используется при изучении разделов (тем)	Режим доступа
1.	4/3	Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. —	1-8	<a href="https://urait.ru/bcode/509104">https://urait.ru/bcode/509104</a>

		Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].		
--	--	--	--	--

## 7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Период обучения (о./з.)	Библиографическое описание (автор(ы), название, место изд., год изд., стр.)	Используется при изучении разделов (тем)	Режим доступа
1.	4/3	Синяева И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15426-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].	1-8	<a href="https://urait.ru/bcode/506317">https://urait.ru/bcode/506317</a>

## 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Обучающимся доступно основное программное обеспечение фирмы Microsoft с использованием подписки Dreamspark (Microsoft Windows 7/8, Microsoft Visual Studio 2013), фирмы 1С; свободный доступ к Интернет-ресурсам учебного назначения, мировому информационному учебному сообществу, электронным библиотечным системам и другим информационным ресурсам.

### Электронные образовательные ресурсы

Министерства науки и высшего образования Российской Федерации:	<a href="https://minobrnauki.gov.ru">https://minobrnauki.gov.ru</a>
Министерство просвещения Российской Федерации:	<a href="https://edu.gov.ru">https://edu.gov.ru</a>
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки:	<a href="http://obrnadzor.gov.ru/ru/">http://obrnadzor.gov.ru/ru/</a>
Федеральный портал «Российское образование»:	<a href="http://www.edu.ru/">http://www.edu.ru/</a>
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»:	<a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов:	<a href="http://school-collection.edu.ru/">http://school-collection.edu.ru/</a>
Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов:	<a href="http://fcior.edu.ru/">http://fcior.edu.ru/</a>
Электронно-библиотечная система «IPRbooks»:	<a href="http://www.IPRbooks.ru/">http://www.IPRbooks.ru/</a>
Электронная библиотечная система Юрайт:	<a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
База данных электронных журналов:	<a href="http://www.iprbookshop.ru/6951.html">http://www.iprbookshop.ru/6951.html</a>

## **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

9.1. Информационные технологии – это совокупность методов, способов, приемов и средств обработки документированной информации, включая прикладные программные средства, и регламентированного порядка их применения.

Под информационными технологиями понимается использование компьютерной техники и систем связи для создания, сбора, передачи, хранения и обработки информации для всех сфер общественной жизни.

В перечне могут быть указаны такие информационные технологии, как использование на занятиях электронных изданий (чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций, графических объектов, видео- аудио- материалов (через Интернет), виртуальных лабораторий, практикумов), специализированных и офисных программ, информационных (справочных) систем, баз данных, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, Интернет-групп, скайп, чаты, видеоконференцсвязь, компьютерное тестирование, дистанционные занятия (олимпиады, конференции), вебинар (семинар, организованный через Интернет), подготовка проектов с использованием электронного офиса.

### 9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование	Режим доступа (при наличии)
1	Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»	<a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>
2	Справочно-правовая система «Гарант»	<a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a>
3	Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг России)	<a href="http://www.minpromtorg.gov.ru/">http://www.minpromtorg.gov.ru/</a>

4	Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент»	<a href="http://ecsocman.hse.ru">http://ecsocman.hse.ru</a>
---	--	---

## 10. Образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для обеспечения качественного образовательного процесса применяются следующие образовательные технологии:

1. Традиционные: объяснительно-иллюстративные, иллюстративные, объяснительные.
2. Инновационные: дифференцированные, информационные, информационно-коммуникационные, модульные, игровые, проблемные.
3. Интерактивные: организация кейс-технология, проектная технология, тренинг, мозговой штурм.

## 11. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного программного обеспечения
1	323 Аудитория для проведения занятий лекционного типа; Аудитория для проведения занятий семинарского типа; Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья, доска учебная, баннеры	
2	325 Кафедра Менеджмента; Кабинет для групповых и индивидуальных консультаций	Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья), персональные компьютеры, МФУ	Операционная система Windows. Акт приемки-передачи неисключительного права № 9751 от 09.09.2016. Лицензия Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal; Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Договор от 14.12.2015 № 509; Справочно-правовая система «Гарант». Договор от 05.11.2014 № СК6030/11/14; 1С:Предприятие 8. Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498. Комплект для обучения в

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного программного обеспечения
			<p>высших и средних учебных заведениях; Microsoft Office 2007. Сублицензионный договор от 12.01.2016 № Вж_ПО_123015-2016. Лицензия Offic Std 2016 RUS OLP NL Acdmc; Антивирус Esed NOD 32. Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498.</p>
3	<p>307 Аудитория для проведения занятий лекционного типа; Аудитория для проведения занятий семинарского типа; Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</p>	<p>Шкаф для документов, коврики для фитнеса, баннеры, наглядные модели, портреты ученых</p>	
4	<p>320 Аудитория для проведения занятий лекционного типа; Аудитория для проведения занятий семинарского типа; Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</p>	<p>Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска для письма мелом; трибуна для выступлений</p>	
5	<p>242 Кабинет для самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки «Экономика»; Кабинет для курсового проектирования (выполнения курсовых работ); Кабинет для самостоятельной работы обучающихся по специальности «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»</p>	<p>Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья, доска учебная), персональные компьютеры с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовым системам, электронные учебно-методические материалы, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде</p>	<p>Операционная система Windows. Акт приемки-передачи неисключительного права № 9751 от 09.09.2016. Лицензия Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal; Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Договор от 14.12.2015 № 509; Справочно-правовая система «Гарант». Договор от 05.11.2014 № СК6030/11/14; 1С:Предприятие 8. Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях; Microsoft Office 2007. Сублицензионный договор от 12.01.2016 № Вж_ПО_123015-2016. Лицензия Offic Std 2016 RUS OLP NL</p>










№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного программного обеспечения
			Acsmc; Антивирус Eset NOD 32. Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498.

## 12. Оценочные материалы для дисциплины (модуля)

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) представлены в виде фонда оценочных средств по дисциплине (модулю).

### Лист регистрации изменений к рабочей программе дисциплины (модуля)

№ п/п	Дата внесения изменений	Номера измененных листов	Документ, на основании которого внесены изменения	Содержание изменений	Подпись разработчика рабочей программы
1	30.08.2018	12-13	Договор № 3422 от 28.05.2018 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС. Договор № 4118/18 от 06.07.2018 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе.	Актуализация литературы	
2	30.08.2018	14	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.11.2015 № 1327. Пункт 7.3.4	Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
3	30.08.2018	15-16	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.11.2015 № 1327. Пункт 7.3.2	Обновление комплекта лицензионного программного обеспечения	
4	30.08.2019	12-16	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.11.2015 № 1327. Пункт 7.3.2, 7.3.4 Договор № 4161 от 20.06.2019 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС.	Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем, комплекта лицензионного программного обеспечения. Актуализация литературы	

5	01.09.2020	12-16	<p>Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.11.2015 № 1327.</p> <p>Пункт 7.3.2, 7.3.4</p> <p>Договор № 14/07-2020 от 14.07.2020 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС.</p>	<p>Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем, комплекта лицензионного программного обеспечения.</p> <p>Актуализация литературы</p>	
6	31.08.2021	12-17	<p>Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата): приказ Минобрнауки РФ от 12.11.2015 № 1327.</p> <p>Пункт 7.3.2, 7.3.4</p> <p>ООО "Электронное издательство ЮРАЙТ" - АНОО ВО "ВЭПИ". Договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе №4574 от 19.04.2021.</p> <p>ООО "Вузовское образование" - АНОО ВО "ВЭПИ". Договор на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС №7764/21 от 25.03.2021.</p>	<p>Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем, комплекта лицензионного программного обеспечения.</p> <p>Актуализация литературы</p>	
7	31.08.2022	12-17	<p>Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика: приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 954</p> <p>Пункт 4.3.4.</p> <p>ООО "Электронное издательство ЮРАЙТ" - АНОО ВО "ВЭПИ". Договор на оказание услуг по предоставлению доступа к</p>	<p>Обновление профессиональных баз данных и информационных справочных систем, комплекта лицензионного программного обеспечения.</p> <p>Актуализация литературы</p>	

			образовательной платформе №5343 от 23.06.2022. ООО "Вузовское образование" - АНОО ВО "ВЭПИ". Договор на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС №7764/21 от 25.03.2021.		
--	--	--	---	--	--