



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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.15 Маркетинг

(наименование дисциплины (модуля))

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) Менеджмент организации

(наименование направленности (профиля))

Квалификация выпускника Бакалавр

(наименование квалификации)

Форма обучения Очная, заочная, очно-заочная

(очная, заочная)

Рекомендована к использованию филиалами АНОО ВО «ВЭПИ»

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 970, учебным планом образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Менеджмент организации».

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента АНОО ВО «ВЭПИ».

Протокол от « 13 » сентября 2024 г. № 2

Заведующий кафедрой



А.А. Галкин

Разработчики:



Доцент

А.А. Галкин

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг» является овладение знаниями о поведении субъектов рыночной экономики для оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, разработки и осуществления стратегии организации с учётом требования рыночной конъюнктуры, организации и поддержания связей с деловыми партнёрами, расширения внешних связей.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) «Маркетинг» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Для освоения данной дисциплины (модуля) необходимы результаты обучения, полученные в предшествующих дисциплинах (модулях) и практиках: «Экономическая теория», «Логистика», «Учебная практика (ознакомительная практика)».

Перечень последующих дисциплин (модулей) и практик, для которых необходимы результаты обучения, полученные в данной дисциплине (модуле): «Экономика предприятий», «Бизнес-планирование», «Стратегический менеджмент», «Инновационный менеджмент», «Маркетинг персонала», «Ценообразование в мировой экономике», «Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика)», «Производственная практика (преддипломная практика)».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с установленными в образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-2.Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно -аналитических систем	ИОПК-2.1. Применяет методы по обработке и сбору анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария	Знает методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения управленческих задач. Умеет выбирать и использовать адекватные содержанию управленческих задач методы обработки и анализа данных. Владеет методами анализа информации, необходимой для принятия обоснованных организационно-управленческих решений.
	ИОПК-2.2. Представляет результаты исследования с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно	Знает современные интеллектуально-поисковые системы. Умеет оценивать возможности применения современных интеллектуальных информационно -

	-аналитических систем	аналитических систем для решения управленческих задач. Владеет навыками визуализации данных и презентации решений в информационной среде.
ПК-3 Способен использовать навыки стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники	ИПК-3.1. Знает задачи и принципы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники	Знает основные теории стратегического менеджмента; принципы развития и закономерности экономического поведения организации на рынке. Умеет разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники. Владеет методами стратегического анализа
	ИПК-3.2. Владеет навыками ведения плановой работы в организации, применяет формы учета и отчетности	Знает принципы стратегического планирования. Умеет получать, обобщать и интегрировать данные о состоянии и динамике объекта управления. Владеет методами оценки параметров и характеристик объекта управления на основе форм учёта и отчётности.
ПК-9 Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций выявлять и анализировать предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации	ИПК-9.1. Знает современные теории и методы воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций	Знает характер и формы воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций. Умеет анализировать состояние макроэкономической среды, динамику её изменения, выявлять ключевые элементы, оценивать их влияние на организации в системе менеджмента Владеет методами оценки состояния макроэкономической среды организаций.
	ИПК-9.2. Формирует портфель предложений по конкретным направлениям, изучает рынок с целью определения перспектив развития организации	Знает теоретические основы нахождения новых рыночных возможностей, принципы формирования и описание бизнес-идеи. Умеет оценивать перспективность и возможность практической реализации бизнес-идеи. Владеет методами анализа рынка с целью определения перспектив развития организации.
ПК-12 Способен организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей, а также анализ состояния нормирования, степени обоснованности и напряженности норм, проведение работы по улучшению их качества	ИПК-12.1. Знает методы организационно-методического сопровождения поддержки связей с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей	Знает принципы проектирования межличностных, групповых и организационных связей с деловыми партнерами, направленные на развитие организации. Умеет организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей. Владеет методами эффективного общения, используя все виды коммуникаций
	ИПК-12.2. Разрабатывает систему нормирования, степень	Знает нормативные и методические

	обоснованности и напряженности норм, проводит работы по улучшению их качества	материалы в сфере нормирования. Умеет анализировать состояние нормирования, качество и напряженность норм. Владеет методами нормирования.
ПК-13 Способен моделировать бизнес-процессы и разрабатывать мероприятия по снижению трудоемкости продукции, выявлению резервов роста производительности труда за счет повышения качества нормирования	ИПК-13.1. Знает формы и направления, приемы и методы моделирования бизнес-процессов и разработки мероприятий по снижению трудоемкости продукции	Знает виды и принципы моделирования бизнес-процессов. Умеет организовывать мероприятия по снижению трудоемкости продукции. Владеет методами анализа бизнес-процессов
	ИПК-13.2. Разрабатывает механизм резервов роста производительности труда за счет повышения качества нормирования	Знает резервы и факторы роста производительности труда; показатели качества нормирования. Умеет выявлять резервы роста производительности труда и выбирать источники роста производительности труда оптимальные для организации. Владеет навыками расчета показателей нормирования труда.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1. Структура дисциплины (модуля)

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

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		№ 5	№ 6
		часов	часов
Контактная работа (всего):	204	102	102
В том числе:			
Лекции (Л)	102	51	51
Практические занятия (Пр)	102	51	51
Лабораторная работа (Лаб)			
Самостоятельная работа обучающихся (СР), в том числе выполнение курсовой работы (проекта)	48	6	42
Промежуточная аттестация	Форма промежуточной аттестации	З, Э, КР	З, Э, КР
	Количество часов	36	36
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	Часы	288	108
	Зачетные единицы	8	3
		5	

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

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		№ 3
		часов

Контактная работа (всего):		56	56
В том числе:			
Лекции (Л)		28	28
Практические занятия (Пр)		28	28
Лабораторная работа (Лаб)			
Самостоятельная работа обучающихся (СР), в том числе выполнение курсовой работы (проекта)		219	219
Промежуточная аттестация	Форма промежуточной аттестации	З, Э, КР	З, Э, КР
	Количество часов	13	13
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	Часы	288	288
	Зачетные единицы	8	8

4.1.3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы по очно-заочной форме обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		№ 5	№ 6
		часов	часов
Контактная работа (всего):	142	34	108
В том числе:			
Лекции (Л)	71	17	54
Практические занятия (Пр)	71	17	54
Лабораторная работа (Лаб)			
Самостоятельная работа обучающихся (СР), в том числе выполнение курсовой работы (проекта)	110	38	72
Промежуточная аттестация	Форма промежуточной аттестации	З, Э, КР	Э, КР
	Количество часов	36	36
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	Часы	288	216
	Зачетные единицы	8	6

4.2. Содержание дисциплины (модуля):

4.2.1. Содержание дисциплины (модуля) по очной форме обучения:

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
Тема 1. Сущность маркетинга. Основные Категории и концепции маркетинга	<p>ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2)</p> <p>ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2)</p> <p>ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2)</p> <p>ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2)</p> <p>ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)</p>	12	12		6	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 2. Стратегия маркетинга	<p>ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2)</p> <p>ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2)</p> <p>ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2)</p> <p>ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2)</p> <p>ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)</p>	12	12		6	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 3. Исследование рынка	<p>ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2)</p> <p>ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2)</p> <p>ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2)</p> <p>ПК-12 (ИПК-12.1</p>	12	12		6	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
	ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)						
Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	12	12		6	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 5. Товар в маркетинге	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	12	12		6	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 6. Цена и ценообразование.	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9	14	14		6	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
	(ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)						
Тема 7. Каналы товародвижения	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	14	14		6	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 8. Организация маркетинга	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	14	12		6	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
Обобщающее занятие			2				
ВСЕГО ЧАСОВ: 288		102	102		48		36

Тема 1. Сущность маркетинга. Основные категории и концепции маркетинга – 30 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Маркетинг как особая сфера управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия. Неопределенность положения предприятия на рынке и маркетинг. Сущность, принципы, функции и цели маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга. Средства маркетинга.

Производитель и потребитель – изменения соотношения их роли в условиях индустриального общества. Концепции совершенствования производства, совершенствования товара, продажи, дифференцированного маркетинга и социального маркетинга. Виды маркетинговой деятельности

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Условия возникновения маркетинга.
2. Сущность маркетинга как управленческой деятельности.
3. Субъекты и объекты маркетинга.
4. Развитие маркетинга в экономике России.

Тема 2. Стратегия маркетинга -30 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Факторы формирования маркетинговой стратегии. Виды маркетинговой стратегий фирмы: стратегия совершенствования рынка, разработка нового товара, стратегия расширения географии рынка, стратегия диверсификации. Стратегия и организационная структура фирмы.

Этапы разработки маркетинговой стратегии. Стратегия недифференцированного и дифференцированного маркетинга. Стратегия концентрированного маркетинга. Доля рынка и виды стратегий. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Факторы формирования маркетинговой стратегии.
2. Виды маркетинговой стратегий фирмы.
3. Этапы разработки маркетинговой стратегии.
4. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

Тема 3. Исследование рынка -30 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Потребитель и его потребности. Основные параметры рынка. Спрос и предложение, их эластичность и закон развития. Прогнозирование спроса. Принципы и факторы потребительского выбора. Закон потребительского выбора.

Внешняя среда и необходимость маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований: разведочные, описательные, каузальные исследования. Первичная и вторичная информация. Методы сбора

маркетинговых сведений. Выборочная и генеральная совокупность, объем выборки, квоты. Формы носителей маркетинговых сведений, их измерение и анализ. Отчет о маркетинговых исследованиях : критерии качества и формы отчета.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Маркетинговая информация, ее характеристика.
2. Планирование маркетинговой информации.
3. Организация сбора первичной маркетинговой информации.
4. Организация сбора вторичной маркетинговой информации.

Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара – 30 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Сущность сегментации рынка, ее принципы и виды. Факторы сегментации рынка. Емкость рынка и ее факторы: частота покупок, их разряд, доля покупателей различной социально- демографической принадлежности. Целевой рынок и способы его определения. Конъюнктура торговли.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Сущность сегментации рынка.
2. Сущность агрегирования рынка.
3. Социально-экономические и другие переменные сегментации рынка.
4. Поведение потребителя как база сегментации рынка.
5. Особенности сегментации товаров промышленного назначения.

Тема 5. Товар в маркетинге -30 часов.

Лекции – 12 ч. Содержание: Характеристика товара. Виды нового продукта. Позиционирование товара. Товарная политика фирмы. Мотивы инновационных нововведений. Этапы разработки нового товара. Торговая марка, упаковка товара. Жизненный цикл изделия, его стадии. Ассортиментная политика: задачи, факторы, направления и оптимальный ассортимент.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Товар и его характеристика.
2. Новый товар, показатели новизны товара, этапы его разработки.
3. Жизненный цикл изделия.
4. Ассортиментная политика: ее основные цели и направления.

Тема 6. Цена и ценообразование – 34 часа.

Лекции – 14 ч. Содержание: Понятие и свойства цены. Эластичность.

Формирование рыночной цены. Цели ценообразования и его методология. Факторы цены и определение ее уровня. Методы ценообразования. Виды ценовых стратегий. Ценовые скидки. Оптимизация структуры цен. Цена и жизненный цикл изделия.

Практические занятия – 14 часов.

Вопросы:

1. Виды цен.
2. Цена и ее структура.
3. Факторы цены и ее уровень.
4. Ценовая стратегия предприятия.

Тема 7. Каналы товародвижения - 34 часа.

Лекции – 14 ч. Содержание: Понятие сбытовой политики, функции сбыта. Каналы товаропродвижения и факторы выбора канала сбыта. Формы торговли. Методы транспортировки. Хранение товаров. Управление запасами. Оптимизация запасов.

Практические занятия – 14 часов.

Вопросы:

1. Функции сбыта товара.
2. Каналы товаропродвижения
3. Факторы выбора канала сбыта
4. Формы торговли.

Тема 8. Организация маркетинга - 32 часа.

Лекции – 14 ч. Содержание: Цели и задачи маркетинговой службы предприятия. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Управление персоналом в системе маркетинга. Функции и виды контроля в маркетинге. Контроллинг как оперативная оценка эффективности маркетинга.

Практические занятия – 12 часов.

Вопросы:

1. Цели и задачи маркетинговой службы предприятия.
2. Управление маркетингом на предприятии
3. Организационное построение службы маркетинга
4. Оценка эффективности маркетинга.

4.2.2. Содержание дисциплины (модуля) по заочной форме обучения:

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
Тема 1. Сущность маркетинга. Основные Категории и концепции маркетинга	<p>ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2)</p> <p>ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2)</p> <p>ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2)</p> <p>ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2)</p> <p>ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)</p>	4	4		27	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 2. Стратегия маркетинга	<p>ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2)</p> <p>ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2)</p> <p>ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2)</p> <p>ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2)</p> <p>ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)</p>	4	4		27	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 3. Исследование рынка	<p>ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2)</p> <p>ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2)</p> <p>ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2)</p> <p>ПК-12 (ИПК-12.1</p>	4	4		27	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
	ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)						
Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	4	4		27	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 5. Товар в маркетинге	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	4	4		27	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 6. Цена и ценообразование.	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9	4	4		27	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
	(ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)						
Тема 7. Каналы товародвижения	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	2	2		27	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 8. Организация маркетинга	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	2	2		30	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
ВСЕГО ЧАСОВ: 288		28	28		219		13

Тема 1. Сущность маркетинга. Основные категории и концепции маркетинга – 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Маркетинг как особая сфера управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия. Неопределенность положения предприятия на рынке и маркетинг. Сущность, принципы, функции и цели маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга. Средства маркетинга.

Производитель и потребитель – изменения соотношения их роли в условиях индустриального общества. Концепции совершенствования производства, совершенствования товара, продажи, дифференцированного маркетинга и социального маркетинга. Виды маркетинговой деятельности

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Условия возникновения маркетинга.
2. Сущность маркетинга как управленческой деятельности.
3. Субъекты и объекты маркетинга.
4. Развитие маркетинга в экономике России.

Тема 2. Стратегия маркетинга - 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Факторы формирования маркетинговой стратегии. Виды маркетинговой стратегий фирмы: стратегия совершенствования рынка, разработка нового товара, стратегия расширения географии рынка, стратегия диверсификации. Стратегия и организационная структура фирмы.

Этапы разработки маркетинговой стратегии. Стратегия недифференцированного и дифференцированного маркетинга. Стратегия концентрированного маркетинга. Доля рынка и виды стратегий. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Факторы формирования маркетинговой стратегии.
2. Виды маркетинговой стратегий фирмы.
3. Этапы разработки маркетинговой стратегии.
4. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

Тема 3. Исследование рынка - 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Потребитель и его потребности. Основные параметры рынка. Спрос и предложение, их эластичность и закон развития. Прогнозирование спроса. Принципы и факторы потребительского выбора. Закон потребительского выбора.

Внешняя среда и необходимость маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований: разведочные, описательные, каузальные исследования. Первичная и вторичная информация. Методы сбора

маркетинговых сведений. Выборочная и генеральная совокупность, объем выборки, квоты. Формы носителей маркетинговых сведений, их измерение и анализ. Отчет о маркетинговых исследованиях : критерии качества и формы отчета.

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Маркетинговая информация, ее характеристика.
2. Планирование маркетинговой информации.
3. Организация сбора первичной маркетинговой информации.
4. Организация сбора вторичной маркетинговой информации.

Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара – 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Сущность сегментации рынка, ее принципы и виды. Факторы сегментации рынка. Емкость рынка и ее факторы: частота покупок, их разряд, доля покупателей различной социально-демографической принадлежности. Целевой рынок и способы его определения. Конъюнктура торговли.

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Сущность сегментации рынка.
2. Сущность агрегирования рынка.
3. Социально-экономические и другие переменные сегментации рынка.
4. Поведение потребителя как база сегментации рынка.
5. Особенности сегментации товаров промышленного назначения.

Тема 5. Товар в маркетинге - 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Характеристика товара. Виды нового продукта. Позиционирование товара. Товарная политика фирмы. Мотивы инновационных нововведений. Этапы разработки нового товара. Торговая марка, упаковка товара. Жизненный цикл изделия, его стадии. Ассортиментная политика: задачи, факторы, направления и оптимальный ассортимент.

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Товар и его характеристика.
2. Новый товар, показатели новизны товара, этапы его разработки.
3. Жизненный цикл изделия.
4. Ассортиментная политика: ее основные цели и направления.

Тема 6. Цена и ценообразование – 35 часов.

Лекции – 4 ч. Содержание: Понятие и свойства цены. Эластичность.

Формирование рыночной цены. Цели ценообразования и его методология. Факторы цены и определение ее уровня. Методы ценообразования. Виды ценовых стратегий. Ценовые скидки. Оптимизация структуры цен. Цена и жизненный цикл изделия.

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Виды цен.
2. Цена и ее структура.
3. Факторы цены и ее уровень.
4. Ценовая стратегия предприятия.

Тема 7. Каналы товародвижения - 31 час.

Лекции – 2 ч. Содержание: Понятие сбытовой политики, функции сбыта. Каналы товаропродвижения и факторы выбора канала сбыта. Формы торговли. Методы транспортировки. Хранение товаров. Управление запасами. Оптимизация запасов.

Практические занятия – 2 часа.

Вопросы:

1. Функции сбыта товара.
2. Каналы товаропродвижения
3. Факторы выбора канала сбыта
4. Формы торговли.

Тема 8. Организация маркетинга - 34 часа.

Лекции – 2 ч. Содержание: Цели и задачи маркетинговой службы предприятия. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Управление персоналом в системе маркетинга. Функции и виды контроля в маркетинге. Контроллинг как оперативная оценка эффективности маркетинга.

Практические занятия – 2 часа.

Вопросы:

1. Цели и задачи маркетинговой службы предприятия.
2. Управление маркетингом на предприятии
3. Организационное построение службы маркетинга
4. Оценка эффективности маркетинга.

4.2.3. Содержание дисциплины (модуля) по очно-заочной форме обучения

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
Тема 1. Сущность маркетинга. Основные Категории и концепции маркетинга	<p>ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2)</p> <p>ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2)</p> <p>ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2)</p> <p>ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2)</p> <p>ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)</p>	8	8		14	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 2. Стратегия маркетинга	<p>ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2)</p> <p>ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2)</p> <p>ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2)</p> <p>ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2)</p> <p>ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)</p>	8	8		14	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 3. Исследование рынка	<p>ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2)</p> <p>ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2)</p> <p>ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2)</p> <p>ПК-12 (ИПК-12.1</p>	8	8		14	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
	ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)						
Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	8	8		14	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 5. Товар в маркетинге	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	8	8		14	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 6. Цена и ценообразование.	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9	10	10		14	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
	(ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)						
Тема 7. Каналы товародвижения	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	10	10		14	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 8. Организация маркетинга	ОПК-2 (ИОПК-2.1 ИОПК-2.2) ПК-3 (ИПК-3.1 ИПК-3.2) ПК-9 (ИПК-9.1 ИПК-9.2) ПК-12 (ИПК-12.1 ИПК-12.2) ПК-13 (ИПК-13.1 ИПК-13.2)	11	9		12	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
Обобщающее занятие			2				
ВСЕГО ЧАСОВ: 288		71	71		110		36

Тема 1. Сущность маркетинга. Основные категории и концепции маркетинга – 30 часов.

Лекции – 8 ч. Содержание: Маркетинг как особая сфера управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия. Неопределенность положения предприятия на рынке и маркетинг. Сущность, принципы, функции и цели маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга. Средства маркетинга.

Производитель и потребитель – изменения соотношения их роли в условиях индустриального общества. Концепции совершенствования производства, совершенствования товара, продажи, дифференцированного маркетинга и социального маркетинга. Виды маркетинговой деятельности

Практические занятия – 8 часов.

Вопросы:

1. Условия возникновения маркетинга.
2. Сущность маркетинга как управленческой деятельности.
3. Субъекты и объекты маркетинга.
4. Развитие маркетинга в экономике России.

Тема 2. Стратегия маркетинга -30 часов.

Лекции – 8 ч. Содержание: Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Факторы формирования маркетинговой стратегии. Виды маркетинговой стратегий фирмы: стратегия совершенствования рынка, разработка нового товара, стратегия расширения географии рынка, стратегия диверсификации. Стратегия и организационная структура фирмы.

Этапы разработки маркетинговой стратегии. Стратегия недифференцированного и дифференцированного маркетинга. Стратегия концентрированного маркетинга. Доля рынка и виды стратегий. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

Практические занятия – 8 часов.

Вопросы:

1. Факторы формирования маркетинговой стратегии.
2. Виды маркетинговой стратегий фирмы.
3. Этапы разработки маркетинговой стратегии.
4. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

Тема 3. Исследование рынка -30 часов.

Лекции – 8 ч. Содержание: Потребитель и его потребности. Основные параметры рынка. Спрос и предложение, их эластичность и закон развития. Прогнозирование спроса. Принципы и факторы потребительского выбора. Закон потребительского выбора.

Внешняя среда и необходимость маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований: разведочные, описательные, каузальные исследования. Первичная и вторичная информация. Методы сбора

маркетинговых сведений. Выборочная и генеральная совокупность, объем выборки, квоты. Формы носителей маркетинговых сведений, их измерение и анализ. Отчет о маркетинговых исследованиях : критерии качества и формы отчета.

Практические занятия – 8 часов.

Вопросы:

1. Маркетинговая информация, ее характеристика.
2. Планирование маркетинговой информации.
3. Организация сбора первичной маркетинговой информации.
4. Организация сбора вторичной маркетинговой информации.

Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара – 30 часов.

Лекции – 8 ч. Содержание: Сущность сегментации рынка, ее принципы и виды. Факторы сегментации рынка. Емкость рынка и ее факторы: частота покупок, их разряд, доля покупателей различной социально-демографической принадлежности. Целевой рынок и способы его определения. Конъюнктура торговли.

Практические занятия – 8 часов.

Вопросы:

1. Сущность сегментации рынка.
2. Сущность агрегирования рынка.
3. Социально-экономические и другие переменные сегментации рынка.
4. Поведение потребителя как база сегментации рынка.
5. Особенности сегментации товаров промышленного назначения.

Тема 5. Товар в маркетинге -30 часов.

Лекции – 8 ч. Содержание: Характеристика товара. Виды нового продукта. Позиционирование товара. Товарная политика фирмы. Мотивы инновационных нововведений. Этапы разработки нового товара. Торговая марка, упаковка товара. Жизненный цикл изделия, его стадии. Ассортиментная политика: задачи, факторы, направления и оптимальный ассортимент.

Практические занятия – 8 часов.

Вопросы:

1. Товар и его характеристика.
2. Новый товар, показатели новизны товара, этапы его разработки.
3. Жизненный цикл изделия.
4. Ассортиментная политика: ее основные цели и направления.

Тема 6. Цена и ценообразование – 34 часа.

Лекции – 10 ч. Содержание: Понятие и свойства цены. Эластичность.

Формирование рыночной цены. Цели ценообразования и его методология. Факторы цены и определение ее уровня. Методы ценообразования. Виды ценовых стратегий. Ценовые скидки. Оптимизация структуры цен. Цена и жизненный цикл изделия.

Практические занятия – 10 часов.

Вопросы:

1. Виды цен.
2. Цена и ее структура.
3. Факторы цены и ее уровень.
4. Ценовая стратегия предприятия.

Тема 7. Каналы товародвижения - 34 часа.

Лекции – 10 ч. Содержание: Понятие сбытовой политики, функции сбыта. Каналы товаропродвижения и факторы выбора канала сбыта. Формы торговли. Методы транспортировки. Хранение товаров. Управление запасами. Оптимизация запасов.

Практические занятия – 10 часов.

Вопросы:

1. Функции сбыта товара.
2. Каналы товаропродвижения
3. Факторы выбора канала сбыта
4. Формы торговли.

Тема 8. Организация маркетинга - 32 часа.

Лекции – 11 ч. Содержание: Цели и задачи маркетинговой службы предприятия. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Управление персоналом в системе маркетинга. Функции и виды контроля в маркетинге. Контроллинг как оперативная оценка эффективности маркетинга.

Практические занятия – 9 часов.

Вопросы:

1. Цели и задачи маркетинговой службы предприятия.
2. Управление маркетингом на предприятии
3. Организационное построение службы маркетинга
4. Оценка эффективности маркетинга.

5. Оценочные материалы дисциплины (модуля)

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

6. Методические материалы для освоения дисциплины (модуля)

Методические материалы для освоения дисциплины (модуля) представлены в виде учебно-методического комплекса дисциплины (модуля), методических рекомендаций по выполнению курсовых работ.

7. Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ п/п	Библиографическое описание учебного издания	Используется при изучении разделов (тем)	Режим доступа
1	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование).	1-8	https://urait.ru/bcode/531182
2	Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование).	1-8	https://urait.ru/bcode/531483
3	Кислицына, В. В. Маркетинг : учебник / В.В. Кислицына. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 464 с. : ил. — (Высшее образование).	1-8	https://znanium.com/catalog/product/2103739

8. Перечень электронных образовательных ресурсов, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Электронные образовательные ресурсы:

№ п/п	Наименование	Гиперссылка
1.	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации:	https://minobrnauki.gov.ru
2.	Министерство просвещения Российской Федерации:	https://edu.gov.ru
3.	Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки:	http://obrnadzor.gov.ru/ru/
4.	Федеральный портал «Российское образование»:	http://www.edu.ru/
5.	Электронно-библиотечная система «Znanium»:	https://znanium.ru/
6.	Электронная библиотечная система	https://biblio-online.ru/

	Юрайт:	
--	--------	--

8.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

№ п/п	Наименование	Гиперссылка
1	Научная электронная библиотека	www.elibrary.ru
2	Справочная правовая система «КонсультантПлюс»	https://www.consultant.ru/edu/
3	Справочная правовая система «ГАРАНТ-Образование»	https://study.garant.ru/
4	Федеральная служба государственной статистики	https://rosstat.gov.ru/
5	Базы данных Министерства экономического развития Российской Федерации	www.economy.gov.ru
6	Статистика Федеральной службы государственной статистики	https://rosstat.gov.ru/statistic
7	Федеральный портал малого и среднего предпринимательства	http://www.gkr.su/software_development/projects/elrussia/portal%20MiSP/
8	Государственная цифровая платформа «Мой бизнес»	https://мойбизнес.пф/
9	Портал национального проекта «Цифровая экономика»	https://национальныепроекты.пф/projects/tsifrovaya-ekonomika
10	Государственный Портал Работа России	https://trudvsem.ru/
11	Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru
12	База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент	https://www.cfin.ru/rubricator.shtml

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
1	318 Учебная аудитория для проведения учебных занятий Аудитория для проведения занятий лекционного типа Аудитория для проведения занятий семинарского типа Аудитория для	Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска ученическая; баннеры; трибуна для выступлений; компьютер; мультимедийный проектор; колонки; веб-камера	1. 1С:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮОС-2020-00731; 2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23 3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23; 4. MicrosoftOffice - Сублицензионный договор от 12.01.2017 №

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
	текущего контроля и промежуточной аттестации		<p>Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc;</p> <p>5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498;</p> <p>6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение;</p> <p>7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства.</p> <p>8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 5343 от 23.06.2022 (подписка 01.09.2022-31.08.2025)</p> <p>9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»:Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-31.08.2027)</p>
2	<p>321</p> <p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий</p> <p>Аудитория для проведения занятий лекционного типа</p> <p>Аудитория для проведения занятий семинарского типа</p> <p>Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</p>	<p>Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска ученическая; баннеры; трибуна для выступлений; компьютер; мультимедийный проектор; колонки; веб-камера</p>	<p>1. 1С:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮС-2020-00731;</p> <p>2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23</p> <p>3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23;</p> <p>4. MicrosoftOffice - Сублицензионный договор от 12.01.2017 №</p> <p>Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc;</p> <p>5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498;</p> <p>6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение;</p> <p>7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства.</p> <p>8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 5343 от 23.06.2022 (подписка 01.09.2022-31.08.2025)</p> <p>9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»:Лицензионный договор №</p>

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
			697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-31.08.2027)
3	<p>322</p> <p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий Аудитория для проведения занятий лекционного типа Аудитория для проведения занятий семинарского типа Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации Кабинет для групповых и индивидуальных консультаций</p>	<p>Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска ученическая; трибуна для выступлений (кафедра) (кафедра)</p>	
4	<p>323</p> <p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий 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 ученическая; баннеры; трибуна для выступлений; компьютер; мультимедийный проектор; колонки; веб-камера</p>	<p>1. 1С:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮС-2020-00731; 2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23 3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23; 4. MicrosoftOffice - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc; 5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498; 6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение; 7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства. 8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 5343 от 23.06.2022 (подписка 01.09.2022-31.08.2025) 9. Электронно-библиотечная система</p>

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
			«Знаниум»:Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-31.08.2027)
5	324 Учебная аудитория для проведения учебных занятий Аудитория для проведения занятий лекционного типа Аудитория для проведения занятий семинарского типа Лаборатория профессиональной деятельности Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска ученическая; баннеры; трибуна для выступлений; компьютер; мультимедийный проектор; колонки; веб-камера	1. 1С:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮС-2020-00731; 2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23 3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23; 4. MicrosoftOffice - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc; 5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498; 6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение; 7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства. 8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 5343 от 23.06.2022 (подписка 01.09.2022-31.08.2025) 9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»:Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-31.08.2027)
6	Компьютерный холл Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Мебель ученическая; доска ученическая; персональные компьютеры с подключением к сети Интернет	1. 1С:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮС-2020-00731; 2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23 3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23; 4. MicrosoftOffice - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc;

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
			<p>5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498;</p> <p>6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение;</p> <p>7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства.</p> <p>8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 5343 от 23.06.2022 (подписка 01.09.2022-31.08.2025)</p> <p>9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-31.08.2027)</p>
7	<p>245</p> <p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий</p> <p>Лаборатория информатики</p> <p>Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>Кабинет для курсового проектирования (выполнение курсовых работ)</p>	<p>Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска ученическая; баннеры; персональные компьютеры с подключением к сети Интернет</p>	<p>1. 1С:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮС-2020-00731;</p> <p>2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23</p> <p>3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23;</p> <p>4. MicrosoftOffice - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc;</p> <p>5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498;</p> <p>6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение;</p> <p>7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства.</p> <p>8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 5343 от 23.06.2022 (подписка 01.09.2022-31.08.2025)</p> <p>9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-</p>

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
			31.08.2027)

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					
2					
3					