



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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

(наименование дисциплины)

Основы менеджмента

(наименование ДПП профессиональной переподготовки)

Квалификация выпускника

Менеджер

(наименование квалификации)

Форма обучения

очно-заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Рекомендована к использованию филиалами АНОО ВО «ВЭПИ»

Воронеж
2025

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», ФГОС ВО 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 970, Приказа Минобрнауки России от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» и локальных нормативных актов АНОО ВО «ВЭПИ».

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента.

Протокол от « 01 » сентября 2025 г. № 1

Заведующий кафедрой



(подпись)

И. С. Иголкин
(инициалы, фамилия)

Руководитель обучения по программе



(подпись)

А.А. Галкин
(инициалы, фамилия)

Разработчик



(подпись)

А.А. Галкин
(инициалы, фамилия)

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «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 в структуре ДПП профессиональной переподготовки

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовым дисциплинам.

Для освоения данной дисциплины необходимы результаты обучения, полученные в предшествующих дисциплинах: «Экономическая теория», «Менеджмент».

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы результаты обучения, полученные в данной дисциплине: «Управление качеством», «История экономических учений».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с установленными в дополнительной профессиональной программе профессиональной переподготовки 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 -аналитических систем	Знает современные интеллектуально-поисковые системы. Умеет оценивать возможности применения современных интеллектуальных информационно -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	ИПК-3.1. Знает задачи и принципы стратегического анализа, разработки и осуществления	Знает основные теории стратегического менеджмента; принципы развития и закономерности

стратегии организации с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники	стратегии организации с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники	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 обоснованности и напряженности норм, проводит работы по улучшению их качества	Знает нормативные и методические 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	ИПК-13.1. Знает формы и направления, приемы и методы моделирования бизнес-процессов	Знает виды и принципы моделирования бизнес-процессов. Умеет организовывать мероприятия по

трудоемкости продукции, выявлению резервов роста производительности труда за счет повышения качества нормирования	и разработки мероприятий по снижению трудоемкости продукции	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 расчёта показателей нормирования труда.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Структура дисциплины

4.1.1. Объем дисциплины

Вид учебной работы	Всего часов
Аудиторные занятия (всего)	16
В том числе: Лекции (Л)	8
Практические занятия (ПР)	8
Лабораторные работы (Лаб)	
Самостоятельная работа слушателя (СРС)	16
Вид промежуточной аттестации (контроль)	Экзамен 2
Общая трудоемкость, часов	34

4.2. Содержание дисциплины

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			

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	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)	1	1		2	Подготовка к устному опросу Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Устный опрос Реферат
Тема 2. Стратегия 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)	1	1		2	Подготовка к устному опросу Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Устный опрос Реферат

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 3. Исследование рынка	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)	1	1		2	Подготовка к устному опросу Подготовка к проблемно- аналитическому заданию	Устный опрос Проблемно- аналитическ ое задание
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)	1	1		2	Подготовка к устному опросу Подготовка к расчетно- графической работе	Устный опрос 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			
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)	1	1		2	Подготовка к устному опросу Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Устный опрос Реферат
Тема 6. Цена и ценообразование.	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)	1	1		2	Подготовка к устному опросу Подготовка к расчетно- графической работе	Устный опрос 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			
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)	1	1		2	Подготовка к устному опросу Подготовка к расчетно- графической работе	Устный опрос 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)	1	1		2	Подготовка к устному опросу Подготовка к проблемно- аналитическому заданию	Устный опрос Проблемно- аналитическ ое задание
ВСЕГО ЧАСОВ: 34		8	8		16		2

Тема 1. Сущность маркетинга. Основные категории и концепции маркетинга – 4 часа.

Лекции – 1 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 – 1 час.

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 – 4 часа.

Лекции – 1 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 – 1 час.

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 – 4 часа.

Лекции – 1 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 – 1 час.

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 – 4 часа.

Лекции – 1 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 – 1 час.

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 – 4 часа.

Лекции – 1 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 – 1 час.

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 – 4 часа.

Лекции – 1 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 – 1 час.

Вопросы:

1. Виды цен.

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

Тема 7. Каналы товародвижения – 4 часа.

Лекции – 1 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 – 1 час.

Вопросы:

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

Тема 8. Организация маркетинга – 4 часа.

Лекции – 1 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 – 1 час.

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

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

6. Методические материалы для освоения дисциплины

Методические материалы для освоения дисциплины представлены в виде учебно-методического комплекса дисциплины.

7. Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины

№	Библиографическое описание учебного	Используется	Режим доступа
---	-------------------------------------	--------------	---------------

п/п	издания	при изучении разделов (тем)	
1	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6.	1-8	https://urait.ru/bcode/560612
2	Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебник для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 308 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21581-6.	1-8	https://urait.ru/bcode/581769
3	Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20372-1.	1-8	https://urait.ru/bcode/559733
4	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5.	1-8	https://urait.ru/bcode/561097

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

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.	Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов:	http://school-collection.edu.ru/
6.	Электронно-библиотечная система «Znaniyum»:	https://znaniyum.ru/
7.	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	Единый информационно-аналитический портал государственной поддержки инновационного развития бизнеса (АИС «Инновации»)	https://portal.eskgov.ru/fgis/218

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
1	2	3	4
1	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. Microsoft Office - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж ПО 123015- 2017. Лицензия

			<p>OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc;</p> <p>5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Лицензионный договор № 080-S00258L о предоставлении прав на использование программ для ЭВМ от 18 июля 2025г.;</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 № 7297 от 04.07.2025 (подписка 01.09.2025-31.08.2028)</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>326</p> <p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий</p> <p>Конференц-зал</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. Microsoft Office - 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 - Лицензионный договор № 080-S00258L о предоставлении прав на использование программ для ЭВМ от 18 июля 2025г.;</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 № 7297 от 04.07.2025 (подписка 01.09.2025-31.08.2028)</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>
3	<p>329</p> <p>Учебная аудитория для проведения учебных</p>	<p>Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель</p>	<p>1. 1С:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮС-2020-00731;</p>

	<p>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>ученическая; доска ученическая; баннеры; трибуна для выступлений; компьютер; мультимедийный проектор; колонки; веб-камера</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. Microsoft Office - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmс;</p> <p>5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Лицензионный договор № 080-S00258L о предоставлении прав на использование программ для ЭВМ от 18 июля 2025г.;</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 № 7297 от 04.07.2025 (подписка 01.09.2025-31.08.2028)</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>
--	---	--	---