



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

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор  
по учебно-методической работе  
А.Ю. Жильников  
20 20 г.



## 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, очно-заочная)

Рекомендована к использованию филиалами АНОО ВО «ВЭПИ»

Воронеж 2020

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.

Протокол от « 15 » октября 2020 г. № 3

Заведующий кафедрой



И. В. Куксова

Разработчики:

Профессор



И. В. Куксова

## 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	Знает современные интеллектуально-поисковые системы. Умеет оценивать возможности применения современных

	интеллектуальных информационно -аналитических систем	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 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 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 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	З, 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	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 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)	12	12		6	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	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)	12	12		6	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное 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)	12	12		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			
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 (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

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)	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:



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

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)	4	4		27	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное 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)	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			
Тема 5. Товар в маркетинге	<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 6. Цена и ценообразование.	<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	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			
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.



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

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)	8	8		14	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное 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)	8	8		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			
Тема 5. Товар в маркетинге	<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 6. Цена и ценообразование.	<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>	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			
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	Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 559 с. — (Высшее образование).	1-8	<a href="https://urait.ru/bcode/449789">https://urait.ru/bcode/449789</a>
2	Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 495 с. — (Высшее образование)	1-8	<a href="https://urait.ru/bcode/431801">https://urait.ru/bcode/431801</a>

### **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.	Министерства науки и высшего образования Российской Федерации:	<a href="https://minobrnauki.gov.ru">https://minobrnauki.gov.ru</a>
2.	Министерство просвещения Российской Федерации:	<a href="https://edu.gov.ru">https://edu.gov.ru</a>
3.	Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки:	<a href="http://obrnadzor.gov.ru/ru/">http://obrnadzor.gov.ru/ru/</a>
4.	Федеральный портал «Российское образование»:	<a href="http://www.edu.ru/">http://www.edu.ru/</a>
5.	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»:	<a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
6.	Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов:	<a href="http://school-collection.edu.ru/">http://school-collection.edu.ru/</a>
7.	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов:	<a href="http://fcior.edu.ru/">http://fcior.edu.ru/</a>
8.	Электронно-библиотечная система «IPRbooks»:	<a href="http://www.IPRbooks.ru/">http://www.IPRbooks.ru/</a>
9.	Электронная библиотечная система Юрайт:	<a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
10.	База данных электронных журналов:	<a href="http://www.iprbookshop.ru/6951.html">http://www.iprbookshop.ru/6951.html</a>

#### 8.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

№ п/п	Наименование	Гиперссылка
-------	--------------	-------------

1	Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science	<a href="https://apps.webofknowledge.com">https://apps.webofknowledge.com</a>
2	Научная электронная библиотека	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
3	Справочная правовая система «КонсультантПлюс»	<a href="http://www.consultant.ru/about/">http://www.consultant.ru/about/</a>
4	База открытых данных Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации	<a href="https://mintrud.gov.ru/opendata">https://mintrud.gov.ru/opendata</a>
5	Единый информационно-аналитический портал государственной поддержки инновационного развития бизнеса (АИС «Инновации»)	<a href="http://portal.eskigov.ru">portal.eskigov.ru</a>
6	Базы данных Министерства экономического развития Российской Федерации	<a href="http://www.economy.gov.ru">www.economy.gov.ru</a>
7	Статистика Федеральной службы государственной статистики	<a href="https://rosstat.gov.ru/statistic">https://rosstat.gov.ru/statistic</a>
8	Федеральный портал малого и среднего предпринимательства	<a href="http://gkr.su/software_development...elrussia/portalMiSP/">gkr.su&gt;software_development...elrussia/portalMiSP/</a>
9	Государственная цифровая платформа «Мой бизнес»	<a href="http://msp.economy.gov.ru">msp.economy.gov.ru</a>
10	Портал национального проекта «Цифровая экономика»	<a href="http://национальныепроекты.рф/цифровая-экономика">национальныепроекты.рф/цифровая-экономика</a>

## 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	Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска для письма мелом; трибуна для выступлений; персональный компьютер; мультимедийный проектор; экран	Операционная система Windows Акт приемки-передачи неисключительного права № 9751 от 09.09.2016. Лицензия Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (5 years) Renewal. Microsoft Office 2007 Сублицензионный договор от 12.01.2016 № Вж_ПО_123015-2016. Лицензия Office Std 2016 RUS OLP NL Acdmc. Антивирус ESET NOD32 Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498. 1С:Предприятие 8 Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498 Справочно-правовая система

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
			<p>«КонсультантПлюс» Договор от 01.09.2020 № 75-2020/RDD.  Справочно-правовая система «Гарант» Договор от 05.11.2014 № СК6030/11/14.  LibreOffice Свободно распространяемое программное обеспечение.  7-Zip Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства  ЭБС IPRbooks Договор № 4188/18 на предоставление доступа к электронной библиотечной системе от 20.06.2018 с ООО «Вузовское образование», срок действия – с 20.06.2018 по 20.06.2021.  ЭБС ЮРАЙТ Договор № 5593 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС от 31.01.2020 с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ», срок действия – с 01.09.2020 по 31.08.2021</p>
2	321 Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья, доска учебная), баннеры	
3	322 Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья) доска учебная, баннеры	
4	323 Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья), доска учебная, баннеры	
5	324 Учебная аудитория для проведения учебных занятий	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>Операционная система Windows Акт приемки-передачи неисключительного права № 9751 от 09.09.2016. Лицензия Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (5 years) Renewal.  Microsoft Office 2007 Сублицензионный договор от 12.01.2016 № Вж_ПО_123015-2016. Лицензия Office Std 2016 RUS OLP NL Acdmc.  Антивирус ESET NOD32 Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498.  1С:Предприятие 8 Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498  Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» Договор от 01.09.2020 № 75-2020/RDD.  Справочно-правовая система «Гарант» Договор от 05.11.2014 № СК6030/11/14.</p>

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
			<p>LibreOffice Свободно распространяемое программное обеспечение.</p> <p>7-Zip Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства</p> <p>ЭБС IPRbooks Договор № 4188/18 на предоставление доступа к электронной библиотечной системе от 20.06.2018 с ООО «Вузовское образование», срок действия – с 20.06.2018 по 20.06.2021.</p> <p>ЭБС ЮРАЙТ Договор № 5593 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС от 31.01.2020 с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ», срок действия – с 01.09.2020 по 31.08.2021</p>
6	Компьютерный холл Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Мебель (парта ученическая, стол преподавателя, стулья), доска учебная, персональные компьютеры	<p>Операционная система Windows Акт приемки-передачи неисключительного права № 9751 от 09.09.2016. Лицензия Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (5 years) Renewal.</p> <p>Microsoft Office 2007 Сублицензионный договор от 12.01.2016 № Вж_ПО_123015-2016. Лицензия Office Std 2016 RUS OLP NL Acdmc.</p> <p>Антивирус ESET NOD32 Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498.</p> <p>1С:Предприятие 8 Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498</p> <p>Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» Договор от 01.09.2020 № 75-2020/RDD.</p> <p>Справочно-правовая система «Гарант» Договор от 05.11.2014 № СК6030/11/14.</p> <p>LibreOffice Свободно распространяемое программное обеспечение.</p> <p>7-Zip Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства</p> <p>ЭБС IPRbooks Договор № 4188/18 на предоставление доступа к электронной библиотечной системе от 20.06.2018 с ООО «Вузовское образование», срок действия – с 20.06.2018 по 20.06.2021.</p> <p>ЭБС ЮРАЙТ Договор № 5593 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС от 31.01.2020 с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ», срок действия – с 01.09.2020 по 31.08.2021</p>
7	243 Учебная аудитория	Мебель (парта	Операционная система Windows Акт

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
	для проведения учебных занятий	ученическая, стол преподавателя, стулья), доска учебная, персональные компьютеры	<p>приемки-передачи неисключительного права № 9751 от 09.09.2016. Лицензия Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (5 years) Renewal. Microsoft Office 2007 Сублицензионный договор от 12.01.2016 № Вж_ПО_123015-2016. Лицензия Office Std 2016 RUS OLP NL Acdmc. Антивирус ESET NOD32</p> <p>Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498.</p> <p>1С:Предприятие 8 Сублицензионный договор от 27.07.2017 № ЮС-2017-00498</p> <p>Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» Договор от 01.09.2020 № 75-2020/RDD.</p> <p>Справочно-правовая система «Гарант» Договор от 05.11.2014 № СК6030/11/14.</p> <p>LibreOffice Свободно распространяемое программное обеспечение.</p> <p>7-Zip Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства</p> <p>ЭБС IPRbooks Договор № 4188/18 на предоставление доступа к электронной библиотечной системе от 20.06.2018 с ООО «Вузовское образование», срок действия – с 20.06.2018 по 20.06.2021.</p> <p>ЭБС ЮРАЙТ Договор № 5593 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС от 31.01.2020 с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ», срок действия – с 01.09.2020 по 31.08.2021</p>



