

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Силин Яков Петрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 09.09.2021 14:45:14  
Уникальный программный ключ:  
24f866be2aca16484096ca8c5b74509a8541e660f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена

07.08.2020 на кафедре

26.12.2020 г.

протокол № 5

Зав. кафедрой Капустина Л.М.

Утверждена

Советом по учебно-методическим вопросам  
и качеству образования

15 января 2020 г.

протокол № 5

Председатель

Карх Д.А.

(подпись)



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Маркетинг инвестиционных товаров
Направление подготовки	38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Профиль	Маркетинг
Форма обучения	очная
Год набора	2020

Разработана:  
Доцент, к.э.н.  
Кирмаров А.В.

Екатеринбург  
2020 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>3</b>
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН</b>	<b>4</b>
<b>6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ</b>	<b>5</b>
<b>7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>6</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ</b>	<b>9</b>
<b>9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>9</b>
<b>10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>10</b>
<b>11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>10</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.01.2016г. №7)
ПС	

### 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг инвестиционных товаров» является изучение особенностей рынка инвестиционных товаров, сущности применимых на нём инструментов маркетинга, касающихся поведения покупателей и продавцов на данном рынке, методик исследования и управления спросом, установления цен и т.п.

Исходя из поставленной цели, задачами курса являются:

изучение основных характеристик рынка продукции (товаров) инвестиционного назначения;

изучение информационной системы обеспечения экономической деятельности и особенностей рыночных исследований на рынках данного типа;

анализ покупательского поведения на рынке инвестиционных товаров;

анализ процесса совершения закупок;

ценообразование на рынке инвестиционных товаров;

маркетинговые коммуникации на рынке инвестиционных товаров;

особенности организации маркетинговой деятельности организаций, работающих на рынке инвестиционных товаров и их поведения;

изучение особенностей организации коммерческой работы на рынках инвестиционных товаров в разных странах мира.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 5						
Зачет	180	56	28	28	124	5

### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
информационно-аналитическая	

ПК-15 умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	ИД-1.ПК-15 Знает инструменты и методы управления специфическими и рыночными рисками. Умеет работать со статистическим и финансовым материалом для анализа и оценки специфических и рыночных рисков; оценивать последствия реализации различных видов рисков; выбирать оптимальные методы управления рисками; прогнозировать развитие финансовых ситуаций; формулировать проблемы управления и минимизации рисков; формулировать проблемы совершенствования организации управления специфическими и рыночными рисками. Имеет навыки (трудовые действия) использования программного обеспечения в процессе анализа, оценки и управления специфическими и рыночными рисками при принятии финансовых и инвестиционных решений
предпринимательская	
ПК-19 владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	ИД-1.ПК-19 Знает методы планирования реализации бизнес-плана; стадии реализации бизнес-плана; виды ресурсного обеспечения реализации бизнес-плана; основные методы расчета потребности в ресурсах для реализации проекта. Умеет рассчитывать потребность в ресурсах для реализации бизнес-плана; определять этапы реализации бизнес-плана. Имеет навыки (трудовые действия) планирования операционной деятельности предприятия при реализации бизнес-плана, координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми
ПК-18 владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)	ИД-1.ПК-18 Знает особенности регистрации предприятий и индивидуальных предпринимателей; основы построения оптимальной структуры предпринимательской организации; методы оценки предпринимательских рисков проекта; методы оценки социально-экономической эффективности проекта. Умеет формулировать бизнес-идею, составлять пакет документов для открытия предприятия (регистрации индивидуального предпринимателя); оценивать риски в предпринимательстве и принимать эффективные решения; разрабатывать технико-экономическое обоснование бизнес-плана. Имеет навыки (трудовые действия) бизнес-планирования, создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)

## 5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
			Часов				
Семестр 5		180					
Тема 1.	Понятие и специфика рынка инвестиционных товаров	28	2		2	24	
Тема 2.	Исследование рынка инвестиционных товаров	32	6		6	20	
Тема 3.	Особенности поведенческого поведения на рынке инвестиционных товаров	28	4		4	20	
Тема 4.	Маркетинговые стратегии и решения в области планирования продукта	28	4		4	20	
Тема 5.	Реализация товаров инвестиционного назначения	28	4		4	20	

Тема 6.	Особенности установления цен на инвестиционные товары	18	4		4	10	
Тема 7.	Маркетинговые коммуникации и управление маркетингом инвестиционных товаров	18	4		4	10	

## 6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Темы 1-7	тест - система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося эссе - выступления на заданную тему (Приложение 4)	тест содержит 10 вопросов список 19 тем эссе	10 б
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
5 семестр (3а)	Билет для зачета (Приложение 5)	Билет для зачета содержит два теоретических вопроса	100 б

### ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов.  Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

## 7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. Понятие и специфика рынка инвестиционных товаров</p> <p>Предмет и основные задачи курса. Необходимость применения маркетинга на рынках инвестиционных товаров за рубежом и в России. Типология рынков и место в ней рынка инвестиционных товаров. Основные особенности рынка инвестиционных товаров (в сравнении с другими типами рынков). Типология и классификация инвестиционных товаров. Краткая характеристика развития рынка инвестиционных товаров в современной России.</p>
<p>Тема 2. Исследование рынка инвестиционных товаров</p> <p>Необходимость исследования рынка. Рыночная среда, объекты маркетингового исследования на рынке инвестиционных товаров. Источники информации для исследования, их характеристика и значение. Содержание типового маркетингового исследования. Значение сегментирования на рынках инвестиционных товаров и его принципы.</p>
<p>Тема 3. Особенности покупательского поведения на рынке инвестиционных товаров</p> <p>Понятие закупки на рынке инвестиционных товаров. Основные категории покупателей и соответствующие типы субрынков: рынок товаров промышленного назначения (конечные потребители), рынок промежуточных продавцов (организации-перепродавцы) и рынок государственных учреждений (конечное потребление или перераспределение). Виды закупок на рынке инвестиционных товаров. Субъекты принятия решений о закупках и факторы, влияющие на принятие решения. Этапы процесса покупки, особенности поведения покупателей и задачи продавца при их осуществлении: рынок товаров промышленного назначения. Особенности процесса покупки на рынке промежуточных продавцов и рынке государственных учреждений.</p>
<p>Тема 4. Маркетинговые стратегии и решения в области планирования продукта</p> <p>Управление товарным ассортиментом. Формирование рыночного предложения, дифференциация предложения по отраслям, продукту, услугам, персоналу, маркетинговым каналам, имиджу. Разработка нового рыночного предложения: необходимость, препятствия, основные этапы. Решение об использовании товарной марки. Разработка комплекса услуг и управление им.</p>
<p>Тема 5. Реализация товаров инвестиционного назначения</p> <p>Понятие и особенности оптовой торговли, основные способы реализации инвестиционных товаров. Каналы распределения: назначение, характеристика. Основные формы оптовой торговли (прямые связи, через посредников, другие формы) и их особенности</p>
<p>Тема 6. Особенности установления цен на инвестиционные товары</p> <p>Особенности ценообразования на рынке инвестиционных товаров. Основные проблемы ценообразования на инвестиционные товары. Основные методы ценообразования и их характеристика.</p>
<p>Тема 7. Маркетинговые коммуникации и управление маркетингом инвестиционных товаров</p> <p>Роль и виды маркетинговой коммуникации на рынке инвестиционных товаров. Функции отдельных видов маркетинговой коммуникации. Организация маркетинговой работы на предприятии: организационная структура, задачи структурных подразделений, план маркетинга и контроль его выполнения.</p>

## 7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 1. Понятие и специфика рынка инвестиционных товаров</p> <p>Дискуссия по теме (Приложение 2):</p> <p>Основные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отличия рынков инвестиционных товаров от потребительских рынков.</li> <li>2. Специфика использования маркетинга на рынке инвестиционных товаров.</li> </ol>
<p>Тема 2. Исследование рынка инвестиционных товаров</p> <p>Решение мини-кейс «Аккумуляторы Зоненштайн» - Анализ и сегментирование рынка, возможности освоение рынка новым товаром. (Приложение 2)</p>
<p>Тема 3. Особенности покупательского поведения на рынке инвестиционных товаров</p> <p>Решение мини-кейс «Русская сталь» - эволюция покупательского поведения при изменении рыночной ситуации. (Приложение 2)</p>
<p>Тема 4. Маркетинговые стратегии и решения в области планирования продукта</p> <p>Решение мини-кейса «EPS» - переориентация продуктовой стратегии на маркетинговую.</p>
<p>Тема 5. Реализация товаров инвестиционного назначения</p> <p>Решение мини-кейса «Спэнлайн инжиниринг» - повышение эффективности сбыта</p>

<p>Тема 6. Особенности установления цен на инвестиционные товары Решение мини-кейса «Текстильщик» - особенности ценовой политики на рынках инвестиционных товаров.</p>
<p>Тема 7. Маркетинговые коммуникации и управление маркетингом инвестиционных товаров тест по курсу (Приложение 4)</p>

### 7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 1. Понятие и специфика рынка инвестиционных товаров Подготовка доклада по вопросам (Приложение 4):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинговое исследование рынка металлургического сырья (другого товара – по выбору). Основные аспекты.</li> <li>2. Особенности организации сбыта продукции глубокой переработки на рынках России.</li> <li>3. Специфика организации рекламы продукции производственно-технического назначения.</li> </ol>
<p>Тема 2. Исследование рынка инвестиционных товаров Подготовка докладов по вопросам (Приложение 4):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные факторы повышения конкурентоспособности отечественной продукции на примере промышленного оборудования (конкретный вид – по выбору).</li> <li>2. Организация регионального торгового представительства предприятия-производителя инвестиционных товаров (рынок по выбору).</li> <li>3. Организация коммуникаций как фактор повышения конкурентоспособности российских предприятий.</li> </ol>
<p>Тема 3. Особенности покупательского поведения на рынке инвестиционных товаров Подготовка докладов по вопросам (Приложение 4):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинговая концепция организации нового производства инвестиционных товаров (по выбору).</li> <li>2. Организация маркетинговой деятельности российского производителя инвестиционных товаров на зарубежных рынках.</li> <li>3. Создание собственной распределительной сети автозаправочных станций как инструмент продвижения продукции и торговой марки нефтяных компаний на рынок.</li> </ol>
<p>Тема 4. Маркетинговые стратегии и решения в области планирования продукта Подготовка докладов по вопросам (Приложение 4):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль коммерческого посредника в организации распределения высокотехнологической продукции на внутренние и зарубежные рынки.</li> <li>2. Электронная торговля как фактор развития конкурентной среды рынка сырья и материалов (оборудования).</li> <li>3. Особенности организации работы персонала служб маркетинга (сбыта) на предприятиях-производителях инвестиционных товаров.</li> <li>4. Основные факторы товарной политики предприятия на рынке (продукция – по выбору).</li> </ol>
<p>Тема 5. Реализация товаров инвестиционного назначения Подготовка докладов по вопросам (Приложение 4):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сервисная политика продавцов высокотехнологической продукции.</li> <li>2. Сервисная политика продавцов сырьевой продукции и полуфабрикатов.</li> </ol>
<p>Тема 6. Особенности установления цен на инвестиционные товары Подготовка докладов по вопросам (Приложение 4):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности планирования и реализации ценовой политики на международном и национальном рынках.</li> <li>2. Маркетинговые аспекты поиска коммерческого партнера при работе на рынках России и зарубежья.</li> </ol>
<p>Тема 7. Маркетинговые коммуникации и управление маркетингом инвестиционных товаров Подготовка докладов по вопросам (Приложение 4):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности организации и проведения рекламной кампании на внутреннем и международном рынках по продвижению продукции (по выбору).</li> <li>2. Формирование комплекса маркетинга производителя сырья (полуфабрикатов, сложной продукции).</li> </ol>



7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом

7.4. Электронное портфолио обучающегося  
не предусмотрено

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы  
не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы  
учебным планом не предусмотрено

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

### ***По заявлению студента***

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Сайт библиотеки УрГЭУ**

<http://lib.usue.ru/>

### **Основная литература:**

1. Токарев Б. Е.. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата [Электронный ресурс]:[монография]. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2019. - 264 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=983585>

2. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И., Колчанов В. Б.. Менеджмент, ориентированный на рынок:учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования". - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014. - 718 с.

### **Дополнительная литература:**

1. Годин А. М.. Маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 656 с. – Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/334180>

2. Кирмаров А. В.. Маркетинг инвестиционных товаров [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2010. - 77 с. – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/10/p470122.pdf>

3. Макаркин Н. П.. Эффективность реальных инвестиций [Электронный ресурс]: учебное пособие по направлению "Менеджмент". - Москва: ИНФРА-М, 2011. - 432 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=217062>

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **Перечень лицензионное программное обеспечение:**

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

### **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия. обеспечивающие тематические иллюстрации.