

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегическое прогнозирование и планирование в маркетинге

Направление подготовки: 29.04.02 Технологии и проектирование текстильных изделий

Направленность: Технологии и проектирование армирующих наполнителей композиционных материалов

**Кострома
2023**

Рабочая программа дисциплины **Стратегическое прогнозирование и планирование в маркетинге** разработана в соответствии с Федеральным(и) государственным(и) образовательным(и) стандартом(ами) высшего образования по направлению подготовки 29.04.02 Технологии и проектирование текстильных изделий, утвержденным приказом МОН РФ № 963 от 22.09.2017.

Разработал: Смирнова Е.В., Доцент кафедры ТиПЭФиК,
к.э.н.

Рецензент: Кипень Н.А., Доцент кафедры ТиПЭФиК,
к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО:

Директор Института дизайна и технологий

Шорохов С.А., к.т.н., доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: изучение и усвоение теоретических, методологических, методических, информационных и организационных основ стратегического прогнозирования и планирования в маркетинговой деятельности предприятия, а также формирование опыта практического планирования, в частности составления стратегического плана и отдельных его элементов в сфере маркетинга

Задачи дисциплины:

- представить существующие концепции функционирования и эволюции экономических систем, способах управления, качестве и устойчивости экономического развития;
- дать представление о разработке стратегий и проектов, использования методов прогнозирования и планирования в практической деятельности предприятий;
- научить выявлять и диагностировать информационные потоки, проводить отбор необходимой информации для планирования и прогнозирования, методам оценок и моделирования в условиях неопределенности;
- привить практические навыки стратегического планирования развития организаций, прогнозирования рынков сбыта продуктов, стратегического финансово-экономического планирования

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

ОПК-9 Способен анализировать и прогнозировать потребности товарных рынков в текстильных материалах и изделиях

Код и содержание индикаторов компетенции:

ИД-1ОПК-9

Знать: методику проведения маркетинговых исследований; требования к сырью, разрабатываемым изделиям, материалам и технологиям, с точки зрения качества и функциональности; потребности товарных рынков текстильной продукции в современных условиях.

ИД-2ОПК-9

Уметь: проводить переговоры с партнерами и потребителями на рынке текстильной продукции; проводить маркетинговые исследования товарных рынков текстильной продукции.

ИД-3ОПК-9

Владеть: методикой проведения маркетинговых исследований и прогнозирования потребности товарных рынков.

Знать:

- основные теоретические положения и ключевые концепции современной теории товарных рынков;
- методы и принципы анализа рыночных структур;
- инструментарий экономического анализа рыночных структур;
- закономерности функционирования товарных рынков и фирм;
- тенденции развития товарных рынков в отечественной и зарубежной экономиках;
- основные проблемы конкуренции и развитие структуры товарных рынков, их взаимосвязь с процессами, происходящими в обществе, возможность наступления определенных социально-экономических последствий;

Уметь:

- самостоятельно исследовать экономическую литературу;
- использовать понятийный аппарат теории товарных рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций, для объяснения формирования структуры рынков и анализа их эффективности;
- выявлять проблемы развития рыночных структур при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев экономической эффективности, оценки

рисков и возможных социально-экономических последствий;

- определять основные факторы конкуренции на конкретном рынке, её инструменты, специфику и ограничения;
- использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии;
- применять выводы, сделанные на основе маркетинговых исследований, для долгосрочного прогнозирования и планирования в сфере маркетинга;

Владеть:

- методологией исследования проблем развития теории стратегического планирования и прогнозирования;
- современными методиками расчета показателей, характеризующих прогнозирование рыночного спроса.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к базовой части учебного плана. Изучается в 3 семестре(ах) обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: «Системный анализ», «Управление проектами».

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: «Продвижение и авторский контроль проектов в фешн-индустрии», «Маркетинговые исследования и современные методы рекламы», преддипломной практики, написания выпускной квалификационной работы..

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма 2023 год набора
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2
Общая трудоемкость в часах	72
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	50,25
Лекции	12
Практические занятия	12
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа в часах	47,75
Форма промежуточной аттестации	зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма 2023год набора
Лекции	12
Практические занятия	12
Лабораторные занятий	-
Консультации	-
Зачет/зачеты	0,25
Экзамен/экзамены	-
Курсовые работы	-
Курсовые проекты	-
Всего	24,25

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоят ельная работа
			Лекц.	Практ.		
1	Предмет и задачи прогнозирования и планирования в маркетинге	8	1	1		6
2	Методология прогнозирования и планирования	8	1	1		6
3	Информационное обеспечение прогнозирования и планирования	8	2	2		4
4	Прогнозирование и планирование в условиях неопределенности	8	2	2		4
5	Прогнозирование спроса	8	2	2		4
6	Прогнозирование рынка сбыта, планирование цен	8	1	1		6
7	Планирование снабжения	8	1	1		6
8	Планирование продаж и производства	8	1	1		6
9	Стратегическое финансово-экономическое планирование	8	1	1		5,75
	Зачет	0,25	-	-		0,25
	Итого	2/72	12	12		47,75

5.2. Содержание:

Тема 1. Предмет и задачи прогнозирования и планирования в маркетинге.

Предмет курса «Прогнозирование и планирование в маркетинге», его место в системе экономических наук. Органическое единство познания и использования действий экономических законов общественного развития. Закономерности и факторы экономического роста. Динамика воспроизводства. Эволюция экономической теории и науки планирования. Взаимосвязь макроэкономики и микроэкономики, стратегического планирования и других наук общественного развития. Прогнозирование и стратегическое планирование в системе государственного регулирования экономики. Сущность и содержание прогнозирования и стратегического планирования.

Тема 2. Методология прогнозирования и планирования.

Экономические законы и теоретические разработки, используемые в прогнозировании и стратегическом планировании. Понятие и основные элементы методологии прогнозирования и

стратегического планирования. Основополагающие подходы и принципы прогнозирования и стратегического планирования. Система показателей, используемых в прогнозировании и стратегическом планировании. Объекты микро- и макроэкономического прогнозирования и стратегического планирования. Функции и методы прогнозирования. Современная система методов стратегического планирования и их содержание. Структурность проблем планирования и ее связь с системой методов разработки, обоснования оптимальности и обеспечения возможности выполнения прогнозов, проектов программ и планов. Роль методов планирования в обеспечении научной обоснованности прогнозов, проектов программ и планов. Формы организации прогнозирования и стратегического планирования.

Тема 3. Информационное обеспечение прогнозирования и планирования.

Основные типы информации и источники ее получения. Количественные и качественные показатели информации. Методы получения вторичной информации. Понятие синдикативной информации. Методы получения первичной информации, их классификация, достоинства и недостатки. Панельный метод опроса. Планирование выборочных исследований. Формирование выборки и определение объема выборки. Понятие стратегического анализа. Объекты стратегического анализа на предприятии.

Тема 4. Прогнозирование и планирование в условиях неопределенности.

Понятие условий неопределенности. Цель и задачи прогнозирования и стратегического планирования в условиях неопределенности. Методы, применяемые для решения проблем в условиях неопределенности. Экспертные оценки, экспертные опросы, коллективная генерация идей. Требования, предъявляемые к экспертам. Методика проведения экспертных опросов. Имитационное моделирование многокомпонентных систем. Прогнозирование неустойчивости методами теории катастроф.

Тема 5. Прогнозирование спроса.

Понятие спроса, виды спроса. Рыночный спрос и рыночный сбыт как объекты прогнозирования. Методы прогнозирования спроса. Определение уровня прогнозирования (продуктовые линии, конечные продукты) в зависимости от производственной стратегии компании и типа производства. Источники прогноза (экспертные оценки, промо, изменение цен, рыночная ситуация, история). Подготовка исторических данных. Построение статистического прогноза (методы и условия их применения, нестандартные ситуации неравномерного спроса). Объединение статистического прогноза и экспертных оценок. ABC и XYZ-анализ. Сверка прогноза с финансовым планом, методы корректировки прогноза. Оценка стоимости ошибок прогноза. Учет в прогнозе позиций, снятых с производства, вводимых в ассортимент.

Тема 6. Прогнозирование рынка сбыта, планирование цен.

Прогнозирование покупательского поведения и полезность товара. Методы сбора информации. Особенности и направления прогнозирования объема продаж на уровне государства, отрасли и предприятия. Прогнозирование затоваривания и дефицита товаров. Оценка и пересмотр прогнозов. Непрерывное прогнозирование. Цена как объект прогнозирования и стратегического планирования. Механизм ценообразования и прогнозирование рыночной цены. Формирование цены и проблемы планирования цен. Планирование ценовой дискриминации. Калькуляция издержек. Управление изменениями планов продаж (прогнозов) в зависимости от последствий изменений. Планирование (прогнозирование) снизу-вверх и сверху-вниз. Аналитические разрезы при планировании/прогнозировании.

Тема 7. Планирование снабжения.

Виды экономических ресурсов, используемых предприятием. Понятие маржинальной полезности ресурсов и товаров. Правило планирования потребности в производственных ресурсах. Правила учета прогнозов при планировании производства, снабжения. Факторы,

затрудняющие планирование потребности в производственных ресурсах. Задачи стратегического планирования потребности в ресурсах. Исходная информация при стратегическом планировании ресурсов. Принципы и методы оптимизации издержек по складированию и количеству закупаемого сырья. Сетевые эффекты потребления. Функция спроса в условиях сетевых эффектов потребления. Оптимизация величины серии выпускаемой продукции.

Тема 8. Планирование продаж и производства.

Иерархия планов продаж. Структура плана продаж в координатах "Товар – Рынок – Объем продаж – Прибыль". Сколько товара А, Б, С и т.д. будет реализовано на территории Рынка А!, Б!, С! и т.д. Планы в сфере продаж (на основе общего плана - "шахматки"). План продаж за год (в разрезе товарных групп по кварталам). План по прибыли (в разрезе товарных групп). План по регионам (районам). План по группам покупателей. План по предельному уровню дебиторской задолженности. План по уровню запасов. Планы в сфере развития рынка. Новые группы покупателей. Новые регионы (районы). План по новому ассортименту. План по вводу новых форм продаж (лизинг, Интернет-магазин). План по вводу новых методов продаж (Call Centre). Планы в сфере развития отношений с клиентурой. Плановый коэффициент ценности клиентуры. Плановый коэффициент приверженности клиентуры. Программы установления и поддержания отношений. Планы в области новых услуг для удобства клиентов. Индивидуальные планы менеджеров по продажам. Сводная таблица укрупненного прогноза. Определение критических продуктовых линеек. Определение критических проектов. Принятие согласованных решений. Корректировка прогноза после принятых изменений. Подтверждение прогноза. Структура плана продаж.

Тема 9. Стратегическое финансовоэкономическое планирование.

Экономическое управление предприятия. Организация внутрифирменного финансовоэкономического планирования. Составление основных бюджетов предприятия и финансового плана. Этапы разработки, структура и содержание плана. Стадии жизненного цикла планирования. Составление планового баланса.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Предмет и задачи прогнозирования и планирования в маркетинге	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
2	Методология прогнозирования и планирования	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест

3	Информационное обеспечение прогнозирования и планирования	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
4	Прогнозирование и планирование в условиях неопределенности	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
5	Прогнозирование спроса	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
6	Прогнозирование рынка сбыта, планирование цен	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
7	Планирование снабжения	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
8	Планирование продаж и производства	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
9	Стратегическое финансово-экономическое планирование	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	5,75	[4, 7-12]	Опрос, тест
	Зачет		0,25	[4, 7-12]	Тест
	Итого		21,75		

6.2. Тематика и задания для практических занятий

Не предусмотрены

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

1. Прогнозирование социально-экономических показателей.

2. Экспертные методы планирования и прогнозирования.
3. Механизмы стратегического планирования и прогнозирования
4. Прогнозирование спроса.
5. Планирование маркетинга.
6. Планирование продаж.
7. Планирование производства продукции. Порядок разработки плана производства.

Планирование валовой продукции. Планирование товарной продукции

8. Планирование прибыли и рентабельности. Основные методы планирования прибыли и рентабельности. Порядок планирования прибыли. Планирование рентабельности.

9. Финансовое планирование. Основные этапы финансового планирования. Методы финансового планирования. Текущее финансовое планирование.

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

№ п/п	Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
<i>а) основная:</i>		
1	Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учеб. пособие / Л.Е. Басовский. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 260 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	www.dx.doi.org/10.12737/1442 . http://znanium.com/catalog/product/953265
2	Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учеб. пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 336 с. — (высшее образование: Бакалавриат)	www.dx.doi.org/10.12737/2517 . http://znanium.com/catalog/product/944382
3	Экономика предприятия : учебник / А.С. Паламарчук. — М. : ИНФРА-М, 2018.— 458 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	http://znanium.com/catalog/product/929666
4	Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 305 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5b177ff4775454.87516182 .	http://znanium.com/catalog/product/954382
5	Бизнес-планирование на предприятии: учеб. / Дубровин И.А., - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 432 с.: ISBN 978-5-394-02658-4	http://znanium.com/catalog/product/411352
6	Бизнес-планирование : учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 296 с.	http://znanium.com/catalog/product/1003291

7	Маркетинг: Учебник / Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. - М.:НИЦ ИНФРАМ, 2017. - 336 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-003647-2 -	http://znanium.com/catalog/product/608883
8	Маркетинг : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com]. — (Высшее образование: Бакалавриат). —	http://znanium.com/catalog/product/939196
<i>б) дополнительная:</i>		
9	Маркетинг в предпринимательской деятельности: учеб. / Синяева И.М., - 5-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 266 с.: ISBN 978-5&394-02393-4	http://znanium.com/catalog/product/411383
10	Маркетинг : учеб. пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование)	http://znanium.com/catalog/product/977930
11	Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. : ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 300-305. - ISBN 978-5-4475-5240-4 ; То же [Электронный ресурс].	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029
12	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 446 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 ; То же [Электронный ресурс].	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786
13	Методы принятия управленческих решений : учеб. пособие / Н.В. Кузнецова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 222 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]	www.dx.doi.org/10.12737/10400 . http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=953913
14	Методы принятия управленческих решений : учеб. пособие / В.Л. Сендеров, Т.И. Юрченко, Ю.В. Воронцова, Е.Ю. Бровцина. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 227 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	www.dx.doi.org/10.12737/20621 . http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=908027
15	Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. — 7-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 608 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	www.dx.doi.org/10.12737/13326 . http://znanium.com/catalog/product/671375
16	Экономика предприятия: учебник. Практикум / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов. - 7-е изд., перераб. и доп. — М. : КУРС : ИНФРА-М, 2018. — 448 с.	http://znanium.com/catalog/product/930124

17	Земцова, Л.В. Страхование предпринимательских рисков: конспект лекций : учебное пособие / Л.В. Земцова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - Томск : ТУСУР, 2016. - 115 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480998
18	Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / Дамодаран А. - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 1316 с.	http://znanium.com/catalog/product/912796
19	Оценка стоимости бизнеса: практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» ; авт.-сост. А.А. Соколова, В.В. Гарибов. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 106 с. : табл. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459134
Периодические издания		
20	Журнал «Российское предпринимательство»	https://creativeconomy.ru/journals/rp
21	Журнал «Финансовая аналитика: проблемы и решения»	http://www.fin-izdat.ru/journal/fa/
22	Журнал «Известия вузов «Технология текстильных изделий»»	http://ttp.ivgpu.com/?page_id=19

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

Поиск дополнительной информации во время выполнения самостоятельной работы студенты могут осуществлять в сети Интернет по следующим адресам:

1. КонсультантПлюс – www.consultant.ru
2. Гарант – www.garant.ru
3. Росстат – www.gks.ru
4. Центр маркетинговых компетенций [Электронный ресурс], URL: <http://marketolog.biz/>
5. Административно-управленческий портал. Маркетинг [Электронный ресурс], URL: <http://www.aup.ru/marketing/>
6. Развитие бизнеса.Ру. Маркетинг [Электронный ресурс], URL: <http://www.devbusiness.ru/index.html>
7. Промышленный маркетинг [Электронный ресурс], URL: <http://b2blogger.com/articles/>
8. Гильдия маркетологов. Объединение специалистов в области маркетинга [Электронный ресурс], URL: <https://www.marketologi.ru/>
9. Проект Сети финансовых сайтов «БетаФинанс.ру». [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.2stocks.ru/>
10. Экономический портал Institutiones.Com. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://institutiones.com/> (новости, статьи и публикации, книги и учебники по экономике, лекции и журналы экономической тематики).

11. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

12. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент». [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.manage.ru> (библиотека по экономическим дисциплинам, форум, каталог консалтинговых компаний, семинары, новости и пресс-релизы, конференции, программы и видеокурсы, маркетинговые исследования, бизнес-планы и др.).

13. ЭКСПЕРТ ONLAIN. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.expert.ru> (Интернет-проект журнала «Эксперт» совместно с журналом «русский репортер»).

14. Аналитическая лаборатория «Веди». [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vedi.ru> (Интернет-проект компании с миссией «Научная основа финансовых решений», где размещены периодические издания, аналитические материалы, статистические базы данных, архивы и полезная информация).

15. Financial information CbondS. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cbonds.ru> (новости, базы данных, отчетность, эмиссии, котировки, управление портфелем, индексы, кредитные рейтинги, опросы, календарь событий, комментарии и аналитика, процентные ставки).

16. Развитие Бизнеса / Ру 2.0. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.devbusiness.ru> (Интернет-проект – методы, инструменты, знания для развития бизнеса).

17. Интернет-проект еженедельника КОНСАЛТИНГ.РУ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.consulting.ru> (новости, выпуски, статьи, книги, вакансии, консалтинговые компании, семинары, инновации).

18. Сообщения и материалы информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг». [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rbc.ru> (политика, экономика, финансы, бизнес и др.).

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для представления учебной информации студентам.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Лекционная аудитория	Персональный компьютер- 1 штука; Монитор-1 штука; мультимедийный проектор- 1 штука; Есть выход в Internet. Количество посадочных мест- 30, рабочее место преподавателя.	Windows Pro 8.1 ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD Справочно-правовые системы Гарант, Консультант + ежегодно обновляемые

Компьютерный класс для практических занятий	Персональный компьютер Pentium-IV (монитор, системный блок, мышь, клавиатура) - 8 шт.	Windows Pro 8.1 ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD Справочно-правовые системы Гарант, Консультант + ежегодно обновляемые
Для самостоятельной работы		Windows Pro 8.1
Главный корпус, ауд.119	17 посадочных мест; 6 компьютеров (5 для читателей, 1 для сотрудника); 2 принтера; 1 копировальный аппарат.	ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD Справочно-правовые системы Гарант, Консультант + ежегодно обновляемые
Корпус Б1 ауд 202	Рабочие места, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КГУ; демонстрационная LCD-панель; принтеры, в т.ч. большеформатный и цветной; сканеры (форматы А2 и А4); web-камеры; микрофоны.	Windows XP по лицензии OEM Software (поставщик ООО «Системный интегратор», договор № 22 ГК от 16.12.2016 г.); АИБС «Марк-SQL» (поставщик НПО «Информ-система», договор № 260420060420 от 26.04.2006 г.); Свободно распространяемое программное обеспечение: LibreOffice (тип лицензии - GNU LGPL v3+).
Главный корпус Ауд 318	Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы 6 рабочих мест, 2 компьютера	Windows Pro 8.1 ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD