

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинговая деятельность и бизнес-планирование

Направление подготовки 35.03.02 Технология лесозаготовительных и
деревообрабатывающих производств
Направленность: Технология деревообработки

Квалификация выпускника: бакалавр

**Кострома
2021**

Рабочая программа дисциплины **Маркетинговая деятельность и бизнес-планирование** разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 35.03.02 «Технология лесозаготовительных и деревообрабатывающих производств», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26 июля 2017 г. № 698, ред. от 08.02.2021 (Зарегистрировано в Минюсте России 15.08.2017 № 47787).

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

Рецензент: Иваницкий В.В. Доцент кафедры ТиПЭФиК,
к.т.н.

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры лесозаготовительных и деревоперерабатывающих производств
Протокол заседания кафедры № 9 от 09.06.2021 г.

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры лесозаготовительных и деревоперерабатывающих производств
Протокол заседания кафедры № 7 от 13.04.2022 г.
Заведующий кафедрой лесозаготовительных и деревоперерабатывающих производств
Титунин А.А., зав. кафедрой ЛДП, д.т.н., доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины **Маркетинговая деятельность и бизнес-планирование** – формирование современного маркетингового и бизнес-мышления, приобретение компетенций, позволяющих активно участвовать в маркетинговой деятельности и бизнес-планировании, развитие способностей объективно оценивать перспективы и результаты деятельности хозяйствующих субъектов, в том числе в условиях цифровой экономики.

Задачи дисциплины:

- получение навыков анализа внешней и внутренней среды бизнеса, выявления ключевых элементов, оценки их влияния на организацию, оценки уровня конкуренции в отрасли;
- формирование навыков разработки или корректировки стратегии организации, планирования и осуществления мероприятий, направленных на ее реализацию;
- изучение основ формирования эффективного портфеля товаров с учетом состояния и перспектив развития рынка;
- развитие способностей к принятию и реализации управленческих решений в области рыночной деятельности организации с использованием полного набора инструментария маркетинга;
- развитие навыков анализа комплекса маркетинга предприятия и разработки рекомендаций по его совершенствованию;
- получение навыков разработки и обоснования бизнес-плана для конкретной отрасли применительно к заданной сфере деятельности, в т.ч. с использованием цифровых технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

ОПК-6 - Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности;

код и содержание индикаторов компетенции:

ИК1 ОПК-6 Знает основные экономические законы и понимает сущность их проявления в профессиональной сфере;

ИК2 ОПК-6 Владеет базовой терминологией;

ИК3 ОПК-6 Владеет методикой оценки экономической эффективности при проведении сравнительного анализа вариантов организации технологических процессов лесозаготовительных и деревообрабатывающих производств.

знать:

- содержание маркетинговой концепции управления;
- особенности анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- основы маркетингового конкурентного анализа;
- виды стратегий организации и особенности, связанные с их реализацией;
- основы формирования эффективного портфеля товаров;
- виды комплексов маркетинга и специфику их анализа;
- методы маркетинговых исследований;
- основы маркетинговых коммуникаций;
- особенности, виды, цели и задачи бизнес-планов;
- методики разработки бизнес-планов производственных предприятий и их специфику;
- методы и инструменты составления отдельных разделов бизнес-плана;

- правила и стандарты документального оформления решений в форме бизнес-планов производственной деятельности;
- инструменты успешной презентации результатов бизнес-планирования;
- особенности использования цифровых технологий при решении маркетинговых задач, бизнес-планировании и принятии организационно-управленческих решений;

уметь:

- оценивать перспективы развития рынка;
- проводить стратегический анализ выбранного бизнеса;
- выполнять конкурентный анализ;
- на основе параметров внешней и внутренней среды выбирать стратегию организации и методы ее реализации;
- формировать эффективный портфель товаров на основе различной методологии;
- анализировать маркетинговые показатели деятельности организации по различным составляющим комплекса маркетинга;
- формулировать и обосновывать бизнес-идею;
- оформлять содержательную часть бизнес-плана в форме общепринятых документов с целью мотивации инвесторов, а также других заинтересованных лиц и организаций;
- калькулировать и анализировать себестоимость продукции;
- рассчитывать, анализировать и обосновывать социальные и экономические показатели бизнес-плана;
- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых маркетинговых, финансовых и инвестиционных решений;
- использовать цифровые технологии, необходимые для ведения бизнеса в современных условиях;

владеть:

- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы;
- методами оценки уровня конкуренции в отрасли;
- навыками анализа спроса и потребительских поведений;
- навыками разработки и реализации маркетинговых программ;
- навыками проведения маркетинговых исследований в отрасли;
- навыками мотивирования и стимулирования персонала организации;
- навыками формирования команды для подготовки и реализации бизнес-плана;
- методами бизнес-планирования при управлении производственной деятельностью организации;
- навыками разработки бизнес-плана, успешной презентации и контроля этапов его реализации;
- навыками экспертизы бизнес-идей и бизнес-планов;

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к блоку Б1.О.19.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах: Основы проектной деятельности, деловые коммуникации, психология личности и группы, цифровая экономика ведения бизнеса.

Изучение дисциплины является основой для освоения преддипломной практики, написания выпускной квалификационной работы.

4. Объем дисциплины (модуля)

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

Виды учебной работы	Очная форма				Заочная форма		
	6 семестр	7 семестр	8 семестр	За весь период	4 курс	5 курс	За весь период
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2	3	2	7	4	3	7
Общая трудоемкость в часах	72	108	72	252	144	108	252
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	50	50	26	126	16	14	30
Лекции	34	34	-	68	6	4	10
Практические занятия	16	16	26	58	10	10	20
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа в часах	22	58	46	126	124	94	222
Форма промежуточной аттестации	Зачет	Зачет	Курсовая работа		Зачет	Зачет Курсовая работа	

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебной работы	Очная форма				Заочная форма		
	6 семестр	7 семестр	8 семестр	За весь период	4 курс	5 курс	За весь период
Лекции	34	34	-	68	6	4	12
Практические занятия	16	16	26	58	10	10	20
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-	-	-
Консультации	-	-	-	-	-	-	-
Зачет/зачеты	-	-	-	-	0,25	0,25	0,5
Экзамен/экзамены	-	-	-	-	-	-	-
Курсовые работы	-	-	2	2	-	2	2
Курсовые проекты	-	-	-	-	-	-	-
Всего	50	50	28	128	16,25	16,25	32,5

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

**5.1 Тематический план учебной дисциплины
Очная форма обучения
6 семестр**

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Роль маркетинга в управлении предприятием	4	2	-	-	2
2	Маркетинговая деятельность предприятия	6	4	2	-	2
3	Информационная база маркетинга	10	4	2	-	4
4	Комплексное исследование рынка	10	4	2	-	4
5	Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке	8	4	2	-	2
6	Анализ и разработка товара	8	4	2	-	2
7	Методы ценообразования в маркетинге	8	4	2	-	2
8	Формирование спроса и стимулирование сбыта	8	4	2	-	2
9	Организация деятельности маркетинговой службы	8	4	2	-	2
	Зачет					
	Итого	2/72	34	16	-	22

7 семестр

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии	16	4	2	-	10
2	Этапы разработки бизнес-плана	16	6	2	-	8
3	Процесс и организация планирования на предприятии	17	6	3	-	8
4	Методика составления разделов бизнес-плана	17	6	3	-	8
5	Бизнес-проект как основа инновационной деятельности компании	16	6	2	-	8
6	Оформление и представление бизнес-плана	14	4	2	-	8
7	Организация процесса реализации бизнес-плана	12	2	2	-	8
	Зачет					
	Итого	3/108	34	16	-	58

8 семестр

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Структура бизнес-плана. Описание бизнеса	10	-	4	-	6
2	Исследование рынка	14	-	6	-	8

3	План производства. Организационный план	12	-	4	-	8
4	Финансовый план	12	-	4	-	8
5	Анализ рисков проекта	10	-	4	-	6
6	Подготовка презентации бизнес-плана	14	-	4	-	10
	Курсовая работа					
	Итого	2/72	-	26	-	46

Заочная форма обучения 4 курс

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Роль маркетинга в управлении предприятием	15	-	1	-	14
2	Маркетинговая деятельность предприятия	16	1	1	-	14
3	Информационная база маркетинга	16	1	1	-	14
4	Комплексное исследование рынка	16	1	1	-	14
5	Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке	15	-	1	-	14
6	Анализ и разработка товара	17	1	2	-	14
7	Методы ценообразования в маркетинге	16	1	1	-	14
8	Формирование спроса и стимулирование сбыта	15	-	1	-	14
9	Организация деятельности маркетинговой службы	14	1	1	-	12
	Зачет					
	Итого	4/144	6	10	-	124

5 курс

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии	7	1	1	-	5
2	Этапы разработки бизнес-плана	7	1	1	-	5
3	Процесс и организация планирования на предприятии	7	1	1	-	5
4	Методика составления разделов бизнес-плана. Разработка основных разделов бизнес-плана	69	1	4	-	64
5	Бизнес-проект как основа инновационной деятельности компании	6	-	1	-	5
6	Оформление и представление бизнес-плана	6	-	1	-	5
7	Организация процесса реализации бизнес-плана	6	-	1	-	5
	Зачет					
	Курсовая работа					
	Итого	3/108	4	10	-	94

5.2. Содержание Очная форма обучения 6 семестр

1. Роль маркетинга в управлении предприятием
История возникновения маркетинга. Понятия, принципы, цели, задачи и функции маркетинга. Концепции и виды маркетинга
2. Маркетинговая деятельность предприятия
Понятие, цель, содержание и направления маркетинговой деятельности. Маркетинговая среда организации
3. Информационная база маркетинга
Виды маркетинговой информации. Маркетинговые информационные системы. Организация маркетинговых исследований
4. Комплексное исследование рынка
Комплекс маркетинга. План маркетинга
5. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке
Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке
6. Анализ и разработка товара
Определение и анализ товара, уникальные достоинства товара. Матрица И. Ансоффа и жизненный цикл товара. Портфель товаров. Обеспечение конкурентоспособности товара. Развитие товарного ассортимента. Разработка нового товара. Марочная продукция. Упаковка. Сервисное обслуживание
7. Методы ценообразования в маркетинге
Выбор способов установления цен. Использование методов ценообразования. Установление цен на товары в рамках ассортимента
8. Формирование спроса и стимулирование сбыта
Элемент комплекса маркетинга «продвижение». Решения по основным видам маркетинговых коммуникаций
9. Организация деятельности маркетинговой службы
Понятие организационной структуры. Виды организационных структур службы маркетинга. Общее и особенное типовых структур служб маркетинга. Штабные организационные структуры и место в них маркетинговых подразделений. Матричные структуры и их роль в маркетинге

7 семестр

1. Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии. Назначение бизнес-плана и его основные элементы. Функции бизнес-планирования. Инициирование. Прогнозирование. Оптимизация. Координация и интеграция. Основные принципы внутрифирменного планирования. Необходимость. Непрерывность. Эластичность и гибкость. Системность. Точность и детализация.
2. Этапы разработки бизнес-плана. Понятие предпринимательской идеи. Внешние стимулы и внутренние побудительные силы, основные субъективные факторы возникновения предпринимательских идей. Основные источники предпринимательских ценностей. Фазы отбора, оценки и реализации предпринимательских идей в бизнес-плане. Миссия и цели предприятия. Классификация целей. Структуризация целей и построение «Дерева целей». Основные внешние и внутренние факторы развития предприятия. Треугольник конкуренции. Стратегии роста хозяйствующего субъекта.
3. Процесс и организация планирования на предприятии. Планирование как важнейшая функция управления. Этапы процесса планирования хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Системы планирования. Объекты планирования. Разработчики планов. Средства планирования. Порядок составления планов. Методы планирования.

4. Методика составления разделов бизнес-плана. Условия обоснования положений бизнес-плана. Состав и характеристика разделов бизнес-плана. Меморандум конфиденциальности. Резюме. Описание отрасли. Характеристика предприятия. Выбор вида деятельности (товара, работы, услуги). План маркетинга. Производственная программа. Организационная структура предприятия. Финансовый план и бюджет предприятия. Анализ рисков. Организационный план.

5. Бизнес-проект как основа инновационной деятельности компании. Понятие бизнес-проекта. Классификация его разновидностей. Признаки бизнес-проекта. Участники бизнес-проекта. Жизненный цикл бизнес-проекта и его влияние на деловую активность компании. Разработка стратегии бизнес-проекта.

6. Оформление и представление бизнес-плана. Рекомендации по оформлению и анализу бизнес-плана. Составление инвестиционной заявки. Подготовка и оформление инвестиционной заявки. Порядок согласования и утверждения бизнес-плана. Продвижение бизнес-плана, его презентация. Обеспечение безопасности деловой информации.

7. Организация процесса реализации бизнес-плана. Реализация бизнес-плана как процесс взаимодействия с партнерами и инвесторами. Основные этапы организации процесса реализации бизнес-плана. Содержание работ по реализации бизнес-плана. Стадии реализации бизнес-плана. Управление реализацией бизнес-плана по результатам. Феномен сопротивления нововведениям и управление им. Роль конфликтов в бизнес-планировании. Последовательное решение и раннее осуществление этапов реализации проектов. Контроль и систематическое внесение корректив.

8 семестр

Тема 1. Структура бизнес-плана. Описание бизнеса.

Планирование и прогнозирование. Виды производственных планов. Кому и зачем нужен бизнес-план. Предназначение бизнес-плана. Виды бизнес-планов. Современная методологическая основа бизнес-планирования. Бизнес-модель, как концептуальная основа бизнес-плана. Сущность бизнес-модели. Структура бизнес-модели и критерии ее оценки. Примеры бизнес-моделей, отражающих основные направления в Интернет-бизнесе. Основные разделы бизнес-плана. Виды резюме. Организационно-правовая форма предприятия, учредители и собственники бизнеса, высший и исполнительный органы управления. История создания и развития предприятия, его успехи и достижения. Партнеры. Объем отраслевого рынка и его перспективы. Место предприятия в отрасли. Основные цели бизнеса. Организационная структура и кадровая политика. Организация управленческого и бухгалтерского учета. Основные технологические процессы, оборудование и техническая политика.

Тема 2. Исследование рынка.

Установление территориальных границ целевого рынка. Демографическая характеристика потенциальных потребителей. Определение мотивации и нужд потребителей. Оценка емкости рынка. Определение перспектив развития рынка. Определения маркетинга и сбыта продукции. Маркетинговые исследования и инструментарий маркетинговой политики. Анализ конкурентов. Маркетинговые стратегии. Методы и стратегии сбытовой и ценовой политика.

Тема 3. План производства. Организационный план.

Описание производственного процесса. Производственная мощность. Контроль производственных процессов и качества продукции. Здания и сооружения. Технологии и оборудование. Потребности в сырье и материалах. Формирование производственной себестоимости. Текущие и возможные производственные проблемы. Ключевые сотрудники. Прогноз потребности в управленческих кадрах. Описание персонала. Найм и подготовка кадров. Члены совета директоров, советники и независимые консультанты.

Тема 4. Финансовый план.

Калькуляция себестоимости. Прогнозный отчет о прибылях и убытках. Прогнозный

отчет о движении денежных средств. Прогнозный баланс. Оценка экономической эффективности инвестиций

Тема 5. Анализ рисков проекта.

Виды рисков и методы их оценки. Методы минимизации и страхования рисков

Тема 6. Подготовка презентации бизнес-плана.

Изучение искусства подготовки презентаций для потенциальных инвесторов.

Ключевые навыки убеждения.

Заочная форма обучения

4 курс

1. Роль маркетинга в управлении предприятием

История возникновения маркетинга. Понятия, принципы, цели, задачи и функции маркетинга. Концепции и виды маркетинга

2. Маркетинговая деятельность предприятия

Понятие, цель, содержание и направления маркетинговой деятельности. Маркетинговая среда организации

3. Информационная база маркетинга

Виды маркетинговой информации. Маркетинговые информационные системы. Организация маркетинговых исследований

4. Комплексное исследование рынка

Комплекс маркетинга. План маркетинга

5. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке

Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке

6. Анализ и разработка товара

Определение и анализ товара, уникальные достоинства товара. Матрица И. Ансоффа и жизненный цикл товара. Портфель товаров. Обеспечение конкурентоспособности товара. Развитие товарного ассортимента. Разработка нового товара. Марочная продукция. Упаковка. Сервисное обслуживание

7. Методы ценообразования в маркетинге

Выбор способов установления цен. Использование методов ценообразования. Установление цен на товары в рамках ассортимента

8. Формирование спроса и стимулирование сбыта

Элемент комплекса маркетинга «продвижение». Решения по основным видам маркетинговых коммуникаций

9. Организация деятельности маркетинговой службы

Понятие организационной структуры. Виды организационных структур службы маркетинга. Общее и особенное типовых структур служб маркетинга. Штабные организационные структуры и место в них маркетинговых подразделений. Матричные структуры и их роль в маркетинге

5 курс

1. Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии. Назначение бизнес-плана и его основные элементы. Функции бизнес-планирования. Инициирование. Прогнозирование. Оптимизация. Координация и интеграция. Основные принципы внутрифирменного планирования. Необходимость. Непрерывность. Эластичность и гибкость. Системность. Точность и детализация.

2. Этапы разработки бизнес-плана. Понятие предпринимательской идеи. Внешние стимулы и внутренние побудительные силы, основные субъективные факторы возникновения предпринимательских идей. Основные источники предпринимательских ценностей. Фазы отбора, оценки и реализации предпринимательских идей в бизнес-плане. Миссия и цели предприятия. Классификация целей. Структуризация целей и построение «Дерева целей». Основные внешние и внутренние факторы развития предприятия. Треугольник конкуренции. Стратегии роста хозяйствующего субъекта.

3. Процесс и организация планирования на предприятии. Планирование как важнейшая функция управления. Этапы процесса планирования хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Системы планирования. Объекты планирования. Разработчики планов. Средства планирования. Порядок составления планов. Методы планирования.

4. Методика составления разделов бизнес-плана. Условия обоснования положений бизнес-плана. Состав и характеристика разделов бизнес-плана. Меморандум конфиденциальности. Резюме. Описание отрасли. Характеристика предприятия. Выбор вида деятельности (товара, работы, услуги). План маркетинга. Производственная программа. Организационная структура предприятия. Финансовый план и бюджет предприятия. Анализ рисков. Организационный план.

5. Бизнес-проект как основа инновационной деятельности компании. Понятие бизнес-проекта. Классификация его разновидностей. Признаки бизнес-проекта. Участники бизнес-проекта. Жизненный цикл бизнес-проекта и его влияние на деловую активность компании. Разработка стратегии бизнес-проекта.

6. Оформление и представление бизнес-плана. Рекомендации по оформлению и анализу бизнес-плана. Составление инвестиционной заявки. Подготовка и оформление инвестиционной заявки. Порядок согласования и утверждения бизнес-плана. Продвижение бизнес-плана, его презентация. Обеспечение безопасности деловой информации.

7. Организация процесса реализации бизнес-плана. Реализация бизнес-плана как процесс взаимодействия с партнерами и инвесторами. Основные этапы организации процесса реализации бизнес-плана. Содержание работ по реализации бизнес-плана. Стадии реализации бизнес-плана. Управление реализацией бизнес-плана по результатам. Феномен сопротивления нововведениям и управление им. Роль конфликтов в бизнес-планировании. Последовательное решение и раннее осуществление этапов реализации проектов. Контроль и систематическое внесение корректив.

5.3. Практическая подготовка

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки						
		Всего	Семестр 1			Семестр ..		
			Лекции	Пр.зан.	Лаб.р.
-	-	-	-	-	-	-	-	-

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Число часов практической подготовки			
			Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб.раб
-	-	-	-	-	-	-

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Роль маркетинга в управлении предприятием	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
2	Маркетинговая деятельность предприятия	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
3	Информационная база маркетинга	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	4	[4, 7-12]	Опрос, тест
4	Комплексное исследование рынка	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	4	[4, 7-12]	Опрос, тест
5	Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
6	Анализ и разработка товара	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
7	Методы ценообразования в маркетинге	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
8	Формирование спроса и стимулирование сбыта	Проработка лекционного материала,	2	[4, 7-12]	Опрос, тест

		подготовка к практическим занятиям			
9	Организация деятельности маркетинговой службы	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
	Зачет			[4, 7-12]	Тест
	Итого		22		

7

семестр

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	10	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
2	Этапы разработки бизнес-плана	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	8	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
3	Процесс и организация планирования на предприятии	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	8	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
4	Методика составления разделов бизнес-плана	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	8	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
5	Бизнес-проект как основа инновационной деятельности компании	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	8	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
6	Оформление и представление бизнес-плана	Проработка лекционного материала, подготовка к	8	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест

		практическим занятиям			
7	Организация процесса реализации бизнес-плана	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	8	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
	Зачет			[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Тест
	Итого		58		

8

семестр

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Структура бизнес-плана. Описание бизнеса	Подготовка к практическим занятиям, выполнение разделов курсовой работы	6	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
2	Исследование рынка	Подготовка к практическим занятиям, выполнение разделов курсовой работы	8	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
3	План производства. Организационный план	Подготовка к практическим занятиям, выполнение разделов курсовой работы	8	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
4	Финансовый план	Подготовка к практическим занятиям, выполнение разделов курсовой работы	8	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
5	Анализ рисков проекта	Подготовка к практическим занятиям, выполнение разделов курсовой работы	6	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
6	Подготовка презентации бизнес-плана	Подготовка к практическим занятиям, выполнение	10	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест

		разделов курсовой работы			
	Зачет по курсовой работе			[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Тест
	Итого		46		

Заочная форма обучения

4 курс

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Роль маркетинга в управлении предприятием	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	14	[4, 7-12]	Опрос, тест
2	Маркетинговая деятельность предприятия	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	14	[4, 7-12]	Опрос, тест
3	Информационная база маркетинга	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	14	[4, 7-12]	Опрос, тест
4	Комплексное исследование рынка	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	14	[4, 7-12]	Опрос, тест
5	Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	14	[4, 7-12]	Опрос, тест
6	Анализ и разработка товара	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	14	[4, 7-12]	Опрос, тест
7	Методы ценообразования	Проработка	14	[4, 7-12]	Опрос, тест

	в маркетинге	лекционного материала, подготовка к практическим занятиям			
8	Формирование спроса и стимулирование сбыта	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	14	[4, 7-12]	Опрос, тест
9	Организация деятельности маркетинговой службы	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	12	[4, 7-12]	Опрос, тест
	Зачет			[4, 7-12]	Тест
	Итого		124		

5 курс

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	5	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
2	Этапы разработки бизнес-плана	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	5	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
3	Процесс и организация планирования на предприятии	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	5	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
4	Методика составления разделов бизнес-плана. Разработка основных разделов бизнес-плана	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	64	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест

5	Бизнес-проект как основа инновационной деятельности компании	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	5	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
6	Оформление и представление бизнес-плана	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	5	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
7	Организация процесса реализации бизнес-плана	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям	5	[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Опрос, тест
	Зачет			[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Тест
	Зачет по курсовой работе			[1 – 3, 5,6 13 - 19]	Тест
	Итого		94		

6.2. Тематика и задания для практических занятий (при наличии)

Очная форма обучения

6 семестр

Тема 1. Анализ маркетинговой среды текстильного предприятия (возможно по вариантам)

Тема 2. Провести маркетинговое исследование в своем регионе по отношению к конкретному товару (работе, услуге)

Тема 3. Изучение критериев сегментирования рынка, проведение сегментирования различных рынках по изученным критериям. Изучение методов позиционирования и их практическое применение. Составление портрета целевого потребителя фирмы

Тема 4. Разработать маркетинговую стратегию предприятия на основе построения маркетинговых стратегических матриц

Тема 5. На примере любого бренда рассмотреть и построить его мыслительное поле, а также описать бренд-код. Относительно любого товара или услуги рассмотреть идею своего собственного бренда, построить мыслительное поле и описать бренд-код

Тема 6. Используя различные методы ценообразования, установить цены на соответствующие товары в рамках ассортимента

Тема 7. Проанализировав различные ситуации, предложить мероприятия по формированию спроса и стимулирования сбыта, рассчитать затраты на предложенные мероприятия

Тема 8. Сформировать маркетинговую службу для конкретного предприятия, разработать основные положения ее функционирования

7 семестр

Тема 1. Обоснование необходимости в бизнес-планировании деятельности производственных предприятий. Критерии отбора бизнес-идей (проблемный семинар).

Тема 2. Обоснование идеи бизнес-плана и формирование его структуры для работы в малых группах.

Тема 3. Анализ рынка и конкурентов в рамках выбранной бизнес-идеи (групповая работа)

Тема 4. Маркетинговая стратегия (направление роста, обоснование конкурентных преимуществ продукта/услуги, ценовая политика, система продвижения на рынок, каналы распределения) (групповая работа)

Тема 5. Разработка организационной структуры и формирование плана управления персоналом (групповая работа)

Тема 6. Подготовка нормативной и законодательной базы для бизнес-плана

Тема 7. Разработка производственного плана предприятия (групповая работа)

Тема 8. Расчет производственной себестоимости продукции (расчетно-аналитическая работа)

Тема 9. Разработка операционного бюджета, бюджета по прибыли (расчетно-аналитические работы)

Тема 10. Разработка бюджета движения денежных средств, прогнозного баланса (расчетно-аналитические работы)

Тема 11. Определение стратегии финансирования. Расчет точки безубыточности и проведение анализа чувствительности точки безубыточности к воздействию различных факторов (расчетно-аналитические работы)

Тема 12. Определение внешних и внутренних рисков с использованием SWOT-анализа.

Тема 13. Разработка программы страхования рисков (групповая работа)

Тема 14. Расчет финансовой части бизнес-плана

Тема 15. Проведение экспертизы бизнес-плана, предложенного преподавателем, в рамках малых групп (разбор практической ситуации)

8 семестр

Тема 1. Структура бизнес-плана. Описание бизнеса. Выбор инновационного проекта, подготовка структуры бизнес-плана. Постановка проблемы, существующей на рынке, составление описание бизнеса, продукта или услуги.

Тема 2. Исследование рынка. Анализ рынка, составление плана маркетинга, расчет бюджета маркетинга.

Тема 3. План производства. Организационный план. Разработка раздела «Производственный план», «Организационный план».

Тема 4. Финансовый план. Разработка раздела «Финансовый план».

Тема 5. Анализ рисков проекта. Разработка раздела «Анализ рисков проекта».

Тема 6. Подготовка презентации бизнес-плана. Подготовка презентации бизнес-плана и составление доклада.

Заочная форма обучения

4 курс

Тема 1. Анализ маркетинговой среды текстильного предприятия (возможно по вариантам)

Тема 2. Провести маркетинговое исследование в своем регионе по отношению к конкретному товару (работе, услуге)

Тема 3. Изучение критериев сегментирования рынка, проведение сегментирования различных рынках по изученным критериям. Изучение методов позиционирования и их практическое применение. Составление портрета целевого потребителя фирмы

Тема 4. Разработать маркетинговую стратегию предприятия на основе построения маркетинговых стратегических матриц

Тема 5. На примере любого бренда рассмотреть и построить его мыслительное поле, а также описать бренд-код. Относительно любого товара или услуги рассмотреть идею своего собственного бренда, построить мыслительное поле и описать бренд-код

Тема 6. Используя различные методы ценообразования, установить цены на соответствующие товары в рамках ассортимента

Тема 7. Проанализировав различные ситуации, предложить мероприятия по формированию спроса и стимулирования сбыта, рассчитать затраты на предложенные мероприятия

Тема 8. Сформировать маркетинговую службу для конкретного предприятия, разработать основные положения ее функционирования

5 курс

Тема 1. Обоснование необходимости в бизнес-планировании деятельности производственных предприятий. Критерии отбора бизнес-идей (проблемный семинар).

Тема 2. Обоснование идеи бизнес-плана и формирование его структуры для работы в малых группах.

Тема 3. Анализ рынка и конкурентов в рамках выбранной бизнес-идеи (групповая работа)

Тема 4. Маркетинговая стратегия (направление роста, обоснование конкурентных преимуществ продукта/услуги, ценовая политика, система продвижения на рынок, каналы распределения) (групповая работа)

Тема 5. Разработка организационной структуры и формирование плана управления персоналом (групповая работа)

Тема 6. Подготовка нормативной и законодательной базы для бизнес-плана

Тема 7. Разработка производственного плана предприятия (групповая работа)

Тема 8. Расчет производственной себестоимости продукции (расчетно-аналитическая работа)

Тема 9. Разработка операционного бюджета, бюджета по прибыли (расчетно-аналитические работы)

Тема 10. Разработка бюджета движения денежных средств, прогнозного баланса (расчетно-аналитические работы)

Тема 11. Определение стратегии финансирования. Расчет точки безубыточности и проведение анализа чувствительности точки безубыточности к воздействию различных факторов (расчетно-аналитические работы)

Тема 12. Определение внешних и внутренних рисков с использованием SWOT-анализа.

Тема 13. Разработка программы страхования рисков (групповая работа)

Тема 14. Расчет финансовой части бизнес-плана

Тема 15. Проведение экспертизы бизнес-плана, предложенного преподавателем, в рамках малых групп (разбор практической ситуации)

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Не предусмотрены

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ

Курсовая работа носит расчетный характер на тему «Разработка бизнес-плана предприятия». Основная цель подготовки курсовой работы – показать углубленное понимание теоретических вопросов и хорошее владение практическими навыками расчетов. При написании курсовой работы также оценивается правильность оформления и ее соответствие ГОСТам.

В рамках курсовой работы студент должен быть готов объяснить методику расчета, сформулировать определения используемых терминов, а также должен понимать экономическую сущность рассчитанных показателей.

Оценку «отлично» получают те работы, в которых правильно выполнены все расчеты, произведен самостоятельный анализ расчетного материала на основе глубоких экономических знаний по заданной теме.

Оценка «хорошо» ставится тогда, когда в работе правильно выполнены все расчеты, однако не достаточно полно произведен анализ расчетного материала.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если в работе правильно выполнены все расчеты, однако студент не может ответить на вопросы преподавателя.

Оценку «неудовлетворительно» ставится в том в случае, когда расчеты выполнены не достаточно точно, студент не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя, не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснения сформулированным выводам.

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

№ 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.: 60x90 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 online»
2. ЭБС «Znanium»

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 ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD Справочно-правовые системы Гарант, Консультант + ежегодно обновляемые
Главный корпус, ауд.119	17 посадочных мест; 6 компьютеров (5 для читателей, 1 для сотрудника); 2 принтера; 1 копировальный аппарат.	
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