

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Северо-Осетинский государственный университет  
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАМА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Торговый маркетинг»**

**Направление 38.03.02 Менеджмент  
Профиль «Менеджмент»**

**Квалификация (степень) выпускника – бакалавр**

**Год начала подготовки – 2023  
Форма обучения – очная**

Утверждена в составе ОПОП.

Составители: к.э.н., доцент кафедры менеджмента, маркетинга и туризма кучиева И.Х.

Владикавказ 2023

## 1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы.(72 час.).

	ОчнаяФормаобучени я
Курс	4
Семестр	8
Лекции	22
Практические занятия	22
Лабораторные занятия	-
Консультации	
Итого аудиторных занятий	44
Самостоятельная работа	28
Курсовая работа	-
Зачет	+
Экзамен	-
Общее количество часов	72 час.

## 2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Торговый маркетинг» овладение студентами системой методологических и организационных действий, направленных на изучение социальных объектов и процессов в коммерческой деятельности.

Задачи курса:

- сформировать у студентов представления о правилах и приемах проведения исследований коммерческих объектов, с тем, чтобы они могли оценивать качество полученной информации и грамотно ее использовать;
- сформировать у студентов как будущих разработчиков маркетинговых программ практические навыки и подходы к применению торгового маркетинга, проведению качественных и количественных исследований.

## 3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Торговый маркетинг» относится к дисциплинам Блок 1.Дисциплины (модули). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Б1.В.ДВ.14.02.

## 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям деятельности организации (ПК-1);

Владеет навыками проектирования и внедрения кроссфункциональных процессов (административных регламентов) и системы процессного управления (ПК-4).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

Компетенции		Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП	
Код	Формулировка	Знать:	Уметь
ПК-1	Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям деятельности организации	порядок функционирования системы внутреннего документооборота организации, типы и источники информации о различных показателях деятельности организации, методы и принципы ее обработки и анализа	применять методы и средства сбора, хранения, обработки и анализа информации (баз данных) о деятельности организации, собирать, систематизировать, анализировать сведения и данные, документировать полные и исчерпывающие требования к проектам и процессам организации, их ресурсному окружению
ПК-4	Владеет навыками проектирования и внедрения кроссфункциональных процессов (административных регламентов) и системы процессного управления	основные методы проектирования и внедрения кроссфункциональных процессов (административных регламентов), методические документы и правила проведения контроля соответствия кроссфункциональных процессов (административных документов)	анализировать и применять на практике методы проектирования и внедрения кроссфункциональных процессов, анализировать показатели эффективности и результативности процессов и административных регламентов

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

## 5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

Ном ер неде ли	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Литература
		л	пр	Содержание	Часы		
1-2	Предмет и содержание торгового маркетинга	2	2	Роль торгового маркетинга в экономическом развитии страны	4	Опрос, анализ/ решение конкретной ситуации	[1- 5]
3-4	Современная концепция торгового маркетинга	2	2	Основные формы воздействия государства на рынок	4	Опрос, анализ/ решение конкретной ситуации	[1- 5]
5-6	Система маркетинговых исследований в торговле	2	2	Основные школы и базовые требования, предъявляемые к процедуре проведения исследований	4	Опрос, анализ/ решение конкретной ситуации	[1- 5]
7-8	Сегментирование и позиционирование	4	4	Выбор целевых сегментов рынка	4	Опрос, анализ/ решение конкретной ситуации	[1- 5]
9-10	Товар и товарная политика в маркетинге	4	4	Формирование и управление ассортиментной политикой	4	Опрос, анализ/ решение конкретной ситуации	[1- 5]
11-12	Реализация товара	2	2	Лизинг как форма реализации (сбыта) товаров	4	Опрос, анализ/ решение конкретной ситуации	[1- 5]
13-14	Система маркетинговых коммуникаций в торговой деятельности	4	4	Организация проведения ярмарок	2	Опрос, анализ/ решение конкретной ситуации	[1- 5]
15-16	Методология управления торговым маркетингом	2	2	Планирование в системе маркетинга	2	Опрос, анализ/ решение конкретной ситуации	[1- 5]
	<b>Всего</b>	22	22		28		

**Примечания:**

- Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.
- В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте и с использованием платформ дистанционного обучения.

## 6. Образовательные технологии

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

**Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия** с использованием современных интерактивных технологий.

**Лекция-диалог** – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

**Онлайн-семинар** – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

**Видеоконференция** – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

**Видео-лекция** – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

**Технология электронного обучения** (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

**Творческое задание** составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

**Публичная презентация проекта** - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

**Интерактивная лекция** представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией студентов с применением следующих интерактивных форм обучения: 1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

**Разработка проекта** позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.

**Проблемное обучение**- поиск ответов на вопросы по теме.

## **7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относятся: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Методические рекомендации по дисциплине прилагаются.

## **8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных сообщений, написанию докладов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

*Текущий контроль* – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на занятиях с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или для выяснения степени усвоения изложенного материала.

*Рубежный контроль* осуществляется по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра такие контрольные мероприятия проводятся по графику.

**Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Критерии оценивания представлены в таблице 8.1.

## **Примеры тестовых заданий по дисциплине (ПК-1,4):**

### **Сегментация рынка - это:**

- + разделение рынка на отдельные части (сегменты)
- деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса
- стратегия выборочного проникновения на рынок

### **Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие получает максимальной прибыль за счет:**

- поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги)
- максимального снижения издержек производства
- +наилучшего удовлетворения спроса клиентуры наиболее выгодным для предприятия образом

### **Планирование маркетинга это:**

- +установка маркетинговых целей, выбор стратегии и разработка действий по их выполнению
- определение направлений деятельности предприятия по рынкам и товарам
- набор взаимосвязанных стратегий в различных сферах деятельности предприятия по реализации его миссии

### **Целью функционирования маркетинговой информационной системы являются:**

- создание плана маркетинга
- +предоставление информации для принятия управленческих решений
- реализация маркетинговой концепции управления предприятием

### **Какие факторы оказывают влияние на покупательское поведение:**

- культурные и социальные
- личностные
- +все вышеперечисленные

### **Маркетинговое исследование – это:**

- исследование рынка
- постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации
- +сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем

### **Новым товаром на рынке считается товар:**

- товар, известный на других рынках, но появившийся впервые на анализируемом рынке
- товар с принципиально новыми техническими характеристиками
- +оба ответа верны

## Методика формирования результирующей оценки

**Таблица 8.1**

Этап	Форма контроля	Критерии оценивания			
1. Текущий контроль (max 20 баллов за 1 модуль)					
		4 балла	3 балла	2 балла	0–1 баллов
	Посещение занятий (max 4 б.)	Студент посетил более 85% занятий	Студент посетил 71–85% занятий	Студент посетил 56–70% занятий	Студент посетил менее 56% занятий
		11–13 баллов	8–10 баллов	6–7 баллов	0–5 баллов
	Текущая работа в течение модуля (max 13б.)	Студент активно работает на занятиях, превосходно выполняет все задания преподавателя.	Студент активно работает на занятиях, хорошо выполняет задания преподавателя.	Студент недостаточно активно работает на занятиях, удовлетворительно выполняет задания преподавателя.	Студент недостаточно активно работает на занятиях, неудовлетворительно выполняет задания преподавателя.
		3 балла	2 балла	1 балл	0 баллов
	Доклад, презентация (max 3б.) / опорный конспект (max 3б.)	Тема полностью раскрыта. Превосходное владение материалом. Высокий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Превосходный стиль изложения.	Тема в основном раскрыта. Хорошее владение материалом. Средний уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Хороший стиль изложения.	Тема частично раскрыта. Удовлетворительное владение материалом. Низкий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Удовлетворительный стиль изложения.	Тема не раскрыта. Неудовлетворительное владение материалом. Недостаточный уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Неудовлетворительный стиль изложения.
2. Рубежный контроль (15б. за 1 модуль)					
		13–15 баллов	10–12 балл	8–9 баллов	0–7 баллов
	Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.
3. Итоговый контроль по дисциплине					
		26–30 баллов	20–25 балла	15–19 баллов	0–14 баллов
	Экзамен/зач	Дан полный,	Дан полный ответ	Дан недостаточно	Не получены ответы



	ет	развернутый ответ на поставленный вопрос. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Но допущены незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	полный ответ. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	по базовым вопросам дисциплины или дан неполный ответ и допущены грубые ошибки. Речь неграмотная. Уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.
--	----	--	---	---	---

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-70 баллов, автоматически получают «Зачет» или оценку «удовлетворительно». Для получения более высокого балла («хорошо» или «отлично») студент обязан явиться на экзамен и сдавать экзамен по шкале от 0-30 баллов в дополнение к накопленным за семестр баллам.

#### **Вопросы для подготовки к зачету (ПК-1,4):**

1. Предмет и метод торгового маркетинга.
2. Суть, цель и задачи торгового маркетинга.
3. Процесс управления торговым маркетингом.
4. Объект, предмет, цели, проблемы, направления исследования товарных рынков.
5. Классификационная структура товарного рынка.
6. Позиционирование товара.
7. Конкурентные стратегии на рынке.
8. Основные факторы внешней среды предприятия.
9. Исследование внутренней среды предприятия.
10. Товарная политика, задачи и процедуры формирования.
11. Товарный ассортимент и товарная номенклатура.
12. Общая характеристика товара.
13. Жизненный цикл товара.
14. Товарный знак, его сущность.
15. Новые товары в рыночной стратегии.
16. Общая схема разработки товаров.
17. УТП товара.
18. Конкурентоспособность товаров.
19. Сервис в товарной политике.
20. Роль и место службы маркетинга в создании и реализации нового товара.
21. Каналы распределения товаров и их основные функции.
22. Вертикальные, горизонтальные и многоканальные маркетинговые системы.
23. Организация товародвижения.

24. Социально-экономическая сущность оптовой торговли.
25. Организационные формы оптовой торговли.
26. Состав и структура товарооборота розничной торговли.
27. Лизинг как форма реализации (сбыта) товаров.
28. Ценообразование на разных типах рынков.
29. Процесс ценообразования и его основные этапы.
30. Определение спроса, кривая спроса, эластичность спроса.
31. Основные методы ценообразования.
32. Основные внешние факторы, влияющие на стратегию формирования цены.
33. Формирование спроса.
34. Основные мероприятия формирования спроса на товар.
35. Основные мероприятия стимулирования сбыта.
36. Система маркетинговых коммуникаций.
37. Основные элементы процесса коммуникации.
38. Основные факторы эффективной коммуникации.
39. Виды рекламы. Основные цели, требования и средства рекламы.
40. Основные решения, принимаемые при разработке программы рекламной деятельности предприятия.
41. Прямая продажа.
42. Ярмарки и выставки на товарном рынке.
43. Стратегия и тактика маркетинга.
44. Планирование в системе торгового маркетинга.
45. Информационное и коммуникационное обеспечение управления маркетингом.
46. Контроль в маркетинге.
47. Маркетинговые структуры предприятия.
48. Служба маркетинга на предприятии, организационные структуры, основные задачи и функции.
49. Интернет-маркетинг.
50. Задачи мерчандайзинга.

**Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 50 баллов)	«Минимальный уровень» (50-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
<u>Компетенции не сформированы.</u>  Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	<u>Компетенции сформированы.</u>  Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	<u>Компетенции сформированы.</u>  Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	<u>Компетенции сформированы.</u>  Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания,	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания,

		которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.	а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
<b>Оценка не зачтено</b>	<b>Оценка «зачтено»</b>	<b>Оценка «зачтено»</b>	<b>Оценка «зачтено»</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) основная литература:

1. Коммерческая деятельность: учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 394 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16955-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532110> (дата обращения: 29.08.2023).

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019> (дата обращения: 29.08.2023).

3. Парамонова Т. Н. Маркетинг торгового предприятия: учебник / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. Т. Н. Парамоновой. — 2-е изд., стер. — Москва: Дашков и К°, 2020. — 283 с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=573164](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573164)

### б) дополнительная литература:

1. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник / Скоробогатых И.И., под ред., Ефимова Д.М., под ред. — Москва: КноРус, 2019. — 568 с. — (бакалавриат). — ISBN 978-5-406-06813-7. — Режим доступа: <https://book.ru/book/930727>

2. Синяева И. М. Маркетинг услуг: учебник / И. М. Синяева, В. В. Синяев, О. Н. Романенкова; под ред. Л. П. Дашкова; Финансовый университет при Правительстве

РФ. – 3-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 252 с. Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=573403](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573403)

**в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:**

- eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.
- База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>
- Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.
- Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.

## **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Занятия по дисциплине проводятся в аудиториях, обеспеченных компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет, интерактивными досками и мультимедийным оборудованием.

*Лицензионное программное обеспечение:*

1. Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
2. Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
3. Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат ВУЗ»;

*Перечень ПО в свободном доступе:*

1. Kaspersky Free;
2. WinRar;
3. Google Chrome;
4. Yandex Browser;
5. OperaBrowser.