

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»

Факультет экономики и управления



**Рабочая программа дисциплины**

**ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

*(наименование дисциплины (модуля))*

Направление подготовки

**38.03.04 – Государственное и муниципальное управление**

*(шифр, название направления)*

Направленность (профиль) подготовки

**Государственное и муниципальное управление**

Квалификация выпускника

**бакалавр**

Форма обучения

**заочная**

Год начала подготовки - **2019**

*(по учебному плану)*

Составитель: ст. преп. Токова Ф.А.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление и на основании учебного плана подготовки бакалавров направления 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление, направленность (профиль) подготовки «Государственное и муниципальное управление».

Рабочая программа обновлена и утверждена на заседании кафедры экономики и прикладной информатики на 2023- 2024 уч .год

Протокол №10.2 от 22.06. 2023 г.

Зав. кафедрой



Маршанов Б.М.

## Содержание

1. Наименование дисциплины (модуля).....	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы <b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
6. Образовательные технологии.....	8
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	8
7.1 Перечень компетенции с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	8
7.2. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций.....	9
7.3. Типовые контрольные задания или иные учебно-методические материалы, необходимые для оценивания степени сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины.....	11
7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса.....	17
8.1. Основная литература:.....	17
8.2. Дополнительная литература:.....	19
9. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля)..	19
10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля).....	20
10.1. Общесистемные требования.....	20
10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....	21
10.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения.....	23
10.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	23
11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	23
12. Лист регистрации изменений.....	24

## 1.Наименование дисциплины (модуля)

### **ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

**Целью** изучения дисциплины является:

Формирование системы профессиональных знаний о маркетинге как науке, философии бизнеса, виде деятельности, универсальном способе управления функционированием и развитием субъектов рыночной деятельности, направленном на обеспечение конкурентоспособности предприятия; привитие студентам навыков принятия обоснованных планово-управленческих маркетинговых решений с учетом видов экономической деятельности; развитие у студентов творческих способностей и перспективного мышления к исследовательской деятельности.

Для достижения цели ставятся задачи:

- изучение основных рабочих понятий маркетинга;
- формирование понимания сущности маркетинга и его роли в деятельности организации;
- освоение методологии и методов проведения маркетинговых исследований;
- приобретение знаний и навыков формирования товарной и сбытовой политики;
- приобретение знаний, умений и навыков в разработке
- участие в разработке социальных проектов в рамках мероприятий государственной и корпоративной социальной политики;
- формирование способности к обобщению, анализу и синтезу, восприятию и переработке информации;
- участие в работе по решению проблемы в конкретном случае трудной жизненной ситуации.

## 2.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю):

<b>Коды компетенции</b>	<b>Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций</b>	<b>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине</b>
<b>ОК-3</b>	Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>знать:</b><ul style="list-style-type: none"><li>- основы экономических знаний в сфере маркетинговой деятельности;</li><li>анализировать экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных маркетинговых решений;</li><li>методологию маркетингового анализа;</li><li>о методах экономического обоснования маркетинговых решений;</li></ul></li><li>• <b>уметь:</b><ul style="list-style-type: none"><li>-использовать основы экономических знаний в сфере маркетинговой деятельности;</li><li>-анализировать экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных маркетинговых решений;</li></ul></li><li>• <b>владеть:</b></li></ul>

		<p>-методами анализа экономической информации, необходимой для принятия маркетинговых решений;</p> <p>-применения инструментария маркетингового анализа;</p> <p>-приемами экономического обоснования маркетинговых решений</p>
ПК-3 ;	<p>Умение применять основные экономические методы для управления государственным и муниципальным имуществом ,принятия управленческих решений по бюджетированию и структуре государственных муниципальных активов</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-основные принципы и методы разработки организационно- управленческих решения;</li> <li>- основные принципы и оценки принимаемых организационно-управленческих решения;</li> <li>-основные экономические методы для управления государственным и муниципальным имуществом ,принятия управленческих решений по бюджетированию и структуре государственных муниципальных активов</li> </ul> </li> <li>• <b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить организационно-управленческие решения готовностью нести за них ответственность;</li> <li>-применять основные экономические методы для управления государственным и муниципальным имуществом ,принятия управленческих решений по бюджетированию и структуре государственных муниципальных активов</li> <li>- ставить и решать задачи операционного маркетинга.;</li> </ul> </li> <li>• <b>владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки организационно-управленческих решения;</li> <li>-навыками комплексного анализа результатов принимаемых организационно-управленческих решения;</li> <li>- методами оценки маркетинговой деятельности в публичном управлении при принятии управленческих решений по бюджетированию и структуре государственных и (муниципальных) активов</li> </ul> </li> </ul>

### Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина(модуль) относится к Блоку 1 вариативной части является дисциплиной по выбору .

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре очной формы обучения; на 3 курсе заочной формы обучения.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Индекс	Б1. В.ДВ.02.01
<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	

Данная учебная дисциплина является базовой и опирается на входные знания, умения и компетенции, полученные по основным экономическим дисциплинам, изучаемым в бакалавриате: «Менеджмент», «Теория управления», «Экономика фирмы», «Экономическая теория», «Основы предпринимательской деятельности», «Мировая экономика и международные экономические отношения» и др.

**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

Курс «Основы маркетинга» является основой для последующего изучения таких дисциплин как: «Управление проектами», «Теория управления», «Маркетинг территорий», «Принятие и исполнение государственных решений», сформировавших компетенций: также, полученные знания в процессе изучения дисциплины, позволят успешно пройти все виды практик

**4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет   3   ЗЕТ,   108   академических часа.

Объем дисциплины	Всего часов	
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	108	108
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)* (всего)</b>	54	10
<b>Аудиторная работа (всего):</b>	54	10
в том числе:		
лекции	18	6
семинары, практические занятия	36	4
практикумы		
лабораторные работы		
<b>Внеаудиторная работа:</b>		
курсовые работы		
консультация перед экзаменом		
Внеаудиторная работа также включает индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем), творческую работу (эссе), рефераты, контрольные работы и др.		
<b>Самостоятельная работа обучающихся (всего)</b>	54	94
<b>Контроль самостоятельной работы</b>		4
<b>Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)</b>	зачет	зачет

**5.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**ДЛЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

№ п/п	Курс/ семестр	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
				всего	Аудиторные уч. занятия		
			Лек		Пр.	Лаб	
<b>Раздел 1 Теоретические основы маркетинга</b>			108	18	36	-	54
1	3/5	Понятие и сущность маркетинга, его цели, задачи и принципы	12	2	4		6
2	3/5	Система маркетинговых исследований	12	2	4		6
	<b>Раздел</b>	<b>2 Оперативный маркетинг</b>	24	4	8		12
3	3/5	Основы товарной политики	12	2	4		6
4	3/5	Задачи и политика ценообразования	12	2	4		6
5	3/5	Товародвижение и торговля /	12	2	4		6
6	3/5	Поведение потребителей	12	2	4		6
	<b>Раздел</b>	<b>3 Маркетинговые исследования</b>	48	8	16		24
7	3/5	Рынок и его роль в маркетинге	12	2	4		6
8	3/5	Конкуренция и конкуренты /	12	2	4		6
9	3/5	Маркетинговые коммуникации	12	2	4		6
		Итого:	36	6	12		18
		<b>Всего::</b>	108	18	36		54

**ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

№ п/п	Курс/ семестр	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
				всего	Аудиторные уч. занятия		
			Лек		Пр.	Лаб	
<b>Раздел 1 Основные понятия и концепции маркетинга</b>			108	6	4	-	94

1	3/5	Понятие и сущность маркетинга, его цели, задачи и принципы	12	2			10
2	53/5	Система маркетинговых исследований	12		2		10
	<b>Раздел</b>	<b>2 Оперативный маркетинг</b>	24	2	2		20
3	3/5	Основы товарной политики	14	2			12
4	3/5	Задачи и политика ценообразования	10				10
5	3/5	Товародвижение и торговля /	10				10
6	3/5	Поведение потребителей	14	2			12
	<b>Раздел</b>	<b>3 Маркетинговые исследования рынка</b>	48	4			44
7	3/5	Рынок и его роль в маркетинге	12		2		10
8	3/5	Конкуренция и конкуренты /	10				10
9	3/5	Маркетинговые коммуникации	10				10
		Всего:	32		2		30
		Итого:	108	6	4	4	94

## **6Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Помимо рекомендованной основной и дополнительной литературы, в процессе самостоятельной работы студенты могут пользоваться следующими методическими материалами:

- 1.Краткий конспект лекций по дисциплине «Основы маркетинга» для бакалавров направления 38.03.04.- Государственное муниципальное управление
- 2.Словарь терминов и персоналий по дисциплине «Основы маркетинга » для бакалавров направления 38.03.04.- Государственное муниципальное управление

## **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **7.1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

<b>Перечень (код) контролируемой компетенций</b>	<b>Контролируемые разделы (темы)</b>	<b>Этапы формирования компетенций</b>
ОК-3,ПК-3	Тема: Понятие и сущность основы маркетинга.	<b>1 этап</b>
ОК-3,ПК-3	Тема: Система маркетинговых исследований	<b>1 этап</b>
ОК-3,ПК-3	Тема: Основы товарной политики	<b>1 этап</b>
ОК-3,ПК-3	Тема: Задачи и политика	<b>1 этап</b>

	ценообразования	
ОК-3,ПК-3	Тема: Товародвижение и торговля	<b>2 этап</b>
ОК-3,ПК-3	Тема: Поведение потребителей	<b>2 этап</b>
ОК-3,ПК-3	Тема: Рынок и его роль в маркетинге	<b>2 этап</b>
ОК-3,ПК-3	Тема: Конкуренция и конкуренты	<b>2 этап</b>
ОК-3,ПК-3	Тема: Маркетинговые коммуникации	<b>2 этап</b>

## 7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1 этап - начальный		
Показатели	Критерии	Шкала оценивания
<p>Способность обучаемого продемонстрировать наличие знаний при решении учебных заданий.</p> <p>Способность в применении умения в процессе освоения учебной дисциплины, и решения практических задач.</p> <p>Способность проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу</p>	<p>1.Способность обучаемого продемонстрировать наличие <b>знаний</b> при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения. (По темам первого этапа, представленным в таблице № 1).</p> <p>2. Применение <b>умения</b> к использованию методов освоения учебной дисциплины и способность проявить <b>навык</b> повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу. (По темам первого этапа, представленным в таблице № 1).</p> <p>2. Обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем.</p>	<p><b>2 балла</b> <i>ставится в случае:</i> незнания значительной части программного материала; не владения понятийным аппаратом дисциплины; существенных ошибок при изложении учебного материала; неумения строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумения делать выводы по излагаемому материалу.</p> <p><b>3 балла</b> <i>студент должен:</i> продемонстрировать общее знание изучаемого материала; знать основную рекомендуемую программой дисциплины учебную литературу; уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</p> <p><b>4 балла</b> <i>студент должен:</i> продемонстрировать достаточно полное знание материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; продемонстрировать умение ориентироваться в нормативно-правовой литературе; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу</p> <p><b>5 баллов</b> <i>студент должен:</i> продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний материала;</p>

	(По темам первого этапа, представленным в таблице № 1).	исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; правильно формулировать определения; продемонстрировать умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; уметь сделать выводы по излагаемому материалу
<b>2 этап - заключительный</b>		
<p>1. Способность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении учебных заданий.</p> <p>2. Самостоятельность в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и к решению практических задач.</p> <p>3. Самостоятельность в проявлении навыка в процессе решения поставленной задачи без стандартного образца</p>	<p>1. Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение <b>знаний, умений и навыков</b> при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции.</p> <p>(По темам второго этапа, представленным в таблице № 1</p> <p>2. Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин.</p> <p>(По темам второго этапа, представленным в таблице № 1</p>	<p><b>2 балла</b> <i>ставится в случае:</i> незнания значительной части программного материала; не владения понятийным аппаратом дисциплины; существенных ошибок при изложении учебного материала; неумения строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумения делать выводы по излагаемому материалу.</p> <p><b>3 балла</b> <i>студент должен:</i> продемонстрировать общее знание изучаемого материала; знать основную рекомендуемую программой дисциплины учебную литературу; уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</p> <p><b>4 балла</b> студент должен: продемонстрировать достаточно полное знание материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; продемонстрировать умение ориентироваться в нормативно-правовой литературе; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу</p> <p><b>5 баллов</b> студент должен: продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний материала; исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; правильно формулировать определения; продемонстрировать умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; уметь сделать выводы по излагаемому</p>

### **7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### **Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям**

1. Основные маркетинговые идеи и концепции.
2. Влияние маркетинговой деятельности на успех предприятия.
3. Сущность маркетинговых коммуникаций.
4. Формирование имиджа и стиля фирмы.
5. Брэнд: сущность и значение.
6. Сбыт продукции оптом и в розницу.
7. Рекламная деятельность организации.
8. Разработка товарной марки продукции.
9. Особенности проведения маркетинговых исследований.
10. Маркетинговое исследование рынка.
11. Методы изучения деятельности фирм конкурентов.
12. Туристический маркетинг.
13. Маркетинговая политика организации.
14. Методы формирования цен на товары.
15. Основные методы продвижения продукции на рынке.
16. Методы прогнозирования маркетинговой деятельности.
17. Процесс организации прямых продаж.
18. Основы банковского маркетинга.
19. Маркетинговый подход к разработке нового продукта на предприятии.
20. Управление маркетингом.
21. Маркетинговые технологии в продвижении оптовых продаж.
22. Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке.
23. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы.
24. Виды маркетинговых стратегий.
25. Товарная политика фирмы и товародвижение.

#### **Критерии оценки доклада, сообщения, реферата:**

Отметка «отлично» за письменную работу, реферат, сообщение ставится, если изложенный в докладе материал:

- отличается глубиной и содержательностью, соответствует заявленной теме;
- четко структурирован, с выделением основных моментов;
- доклад сделан кратко, четко, с выделением основных данных;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы.

Отметка «хорошо» ставится, если изложенный в докладе материал:

- характеризуется достаточным содержательным уровнем, но отличается недостаточной структурированностью;
- доклад длинный, не вполне четкий;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы только после наводящих вопросов, или не на все вопросы.

Отметка «удовлетворительно» ставится, если изложенный в докладе материал:

- недостаточно раскрыт, носит фрагментарный характер, слабо структурирован;
- докладчик слабо ориентируется в излагаемом материале;
- на вопросы по теме доклада не были получены ответы или они не были правильными.

Отметка «неудовлетворительно» ставится, если:

- доклад не сделан;

- докладчик не ориентируется в излагаемом материале;
- на вопросы по выполненной работе не были получены ответы или они не были правильными

### **1) Примерные вопросы к итоговой аттестации (зачет)**

1. Понятие и сущность основы маркетинга
2. Виды маркетинга. Роль маркетинга на предприятии.
3. Функции маркетинга. Система маркетинга.
4. Маркетинговый процесс. Цепочка создания ценности. Анализ маркетинговых возможностей.
5. Анализ маркетинговых возможностей. SWOT-анализ.
6. Маркетинговые исследования рынка. Виды исследований.
7. Анализ потребительских рынков.
8. Деловой рынок. Особенности поведения деловых покупателей.
9. Анализ рынка предприятий.
10. Маркетинговые исследования рынка. Комплексное исследование товарного рынка.
11. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов.
12. Маркетинг и конкурентоспособность продукции.
13. Формирование маркетинговой стратегии. Позиционирование и дифференцирование.
14. Товар в маркетинговой деятельности. Уровни товара. Жизненный цикл товаров.
15. Управление товарной линией. Формирование товарной политики и рыночной стратегии.
16. Торговая марка. Упаковка.
17. Разработка новых товаров.
18. Управление стратегиями глобального маркетинга.
19. Маркетинг услуг.
20. Разработка стратегий и программ ценообразования.
21. Выбор и управление каналами распределения товаров.
22. Управление комплексом маркетинговых коммуникаций.
23. Реклама, виды рекламы. Функции рекламы.
24. PR: понятие, функции, организация.
25. Личные продажи. Процесс организации личных продаж, условия эффективности. Прямой маркетинг.
26. Стимулирование сбыта, методы стимулирования сбыта.
27. Организация деятельности маркетинговой службы на предприятии. Управление торговым персоналом.
28. Прямой маркетинг и маркетинг в компьютерных сетях.
29. Управление маркетинговым воздействием.
30. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
31. Планирование маркетинговых программ. Разработка стратегий маркетинга предприятиями.
32. Разработка стратегий маркетинга предприятиями.
33. Разработка программ ценообразования: установление цены, адаптация цены, варьирование ценами.
34. Каналы распределения товара: выбор структуры канала, управление каналом, динамика каналов распределения.
35. Реклама, разработка рекламной программы.
36. Организация, внедрение, оценка и контроль маркетинговой деятельности.
37. Методы изучения деятельности фирм конкурентов.
38. Основы банковского маркетинга.

39. Маркетинговый подход к разработке нового продукта на предприятии.
40. Управление маркетингом.
41. Маркетинговые технологии в продвижении оптовых продаж.
42. Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке.
43. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы.
44. Виды маркетинговых стратегий.
45. Товарная политика фирмы и товародвижение.
46. Методы исследования рынков.
47. Информационные маркетинговые
48. Разработка товарной марки продукции.
49. Особенности проведения маркетинговых исследований.
50. Маркетинговое исследование рынка.

**Критерии оценки устного ответа на вопросы по дисциплине «Основы маркетинга»:**

✓ 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 4 - балла - знание узловых проблем программы; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 3 балла – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

2 балла – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

**Тестовые задания для проведения промежуточной оценки знаний**

**ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности**

**Тесты:**

1. Отметьте, в какой стране впервые стали практиковать маркетинг:
  - а) США
  - б) Англии
  - в) Японии
  - г) Германии

**ОК-3**

2. Чему уделяет основное внимание организация, которая придерживается маркетинговой концепции?
  - а) удовлетворению потребностей клиентов, изучению потребностей рынка+
  - б) выбору посредников и поставщиков

- в) снижению себестоимости продукции
- г) увеличению расходов на рекламу

**ОК-3**

3. Укажите метод, с помощью которого можно сформировать структуру выборочной совокупности для маркетингового исследования:
- а) фокус-группы
  - б) наблюдения
  - в) «снежного кома»
  - г) типичного представителя

**ОК-3**

4. Какие средства стимулирования сбыта используют в практике маркетинга?
- а) конкурсы, лотереи;
  - б) объявления на транспорте, в печати;
  - в) экспозиции и демонстрации товара в местах продажи;
  - г) радиопередачи, реклама на телевидении.

**ОК-3**

5. Отметьте виды маркетинга в зависимости от состояния спроса на рынке:
- а) конверсионный+
  - б) интегрированный
  - в) международный
  - г) синхромаркетинг

**ОК-3**

6. Отметьте источник первичной маркетинговой информации:
- а) опросы потребителей+
  - б) материалы отраслевой статистики
  - в) маркетинговая разведка
  - г) материалы Росстат

**ОК-3**

**ПК-3 умением применять основные экономические методы для управления государственным и муниципальным имуществом ,принятия управленческих решений по бюджетированию и структуре государственных (муниципальных) активов**

1. Технология управления бизнесом на всех уровнях организации, обеспечивающая достижение ее стратегических целей с помощью бюджетов, на основе сбалансированных финансовых показателей – это:
- а) финансовое планирование;
  - б) бюджетирование;
  - г) бизнес-планирование;
  - д) финансовое прогнозирование.

**ПК-3**

2. С помощью сравнения фактических показателей деятельности с запланированными на предприятии реализуется ... функция бюджета.
- а) контрольная;
  - б) функция делегирования полномочий;
  - в) координационная;

г) прогнозная.

**ПК-3**

3. Принцип единства в системе бюджетирования предполагает:

- а) необходимость создания финансовой структуры, согласно которой подразделения могут быть объединены в единый финансовый центр учета;
- б) для контроля за использованием средств и экономии ресурсов все значительные расходы должны быть едиными;
- в) разработку единого планового стандарта для всей группы предприятий холдинга и центров финансовой ответственности предприятия;
- г) обязательность исполнения бюджета всеми структурными подразделениями предприятия.

**ПК-3**

4. Используя скользящий бюджет, организация может:

- а) усилить контроль за исполнением бюджета;
- б) обеспечить доступ к бюджетам каждого центра учета;
- в) получить информацию о причинах, вызвавших существенное отклонение показателей деятельности;
- г) учитывать внешние изменения, изменения своих целей, а также корректировать планы в зависимости от уже достигнутых результатов.

**ПК-3**

5. Целью внедрения системы бюджетирования является:

- а) возможность оценки инвестиционной привлекательности отдельных сфер хозяйственной деятельности;
- б) повышение эффективности деятельности предприятия;
- в) повышение финансовой обоснованности принимаемых менеджерами решений на всех уровнях управления;
- г) укрепление финансовой дисциплины персонала компании.

**ПК-3**

6. В результате внедрения системы бюджетирования эффективность деятельности организации повышается за счет:

- а) сбалансированности финансовых потоков;
- б) теоретического подхода к планированию со стороны плановиков;
- в) мнения об отсутствии влияния планирования на результаты деятельности;
- г) изменения управленческого менталитета и повышения финансовой культуры менеджеров.

**ПК-3**

7. Закрепление бюджетов за подразделениями переносит значительную часть ответственности за уровень заработной платы работников...

- а) с руководителей низшего уровня на руководителей среднего звена;
- б) с руководителей этих подразделений на директора предприятия;
- в) с директора предприятия на руководителей этих подразделений.

**ПК-3**

8. Концентрация управленческих функций в головной организации (вплоть до того, что все бюджеты дочерних компаний холдинга разрабатываются головной компанией) характерна для:

- а) управленческих холдингов;
- б) директивных корпораций;
- в) инвестиционных корпораций;

г) индикативных корпораций.

### **ПК-3**

9. При внедрении бюджетирования в крупных организациях методология системы бюджетного планирования должна быть сопоставимой с существующими в организации принципами ...:

- а) материальной заинтересованности всего персонала предприятия;
- б) эффективной реализации финансовой политики;
- в) комплексного управления предприятием;
- г) бухгалтерского учета и формами отчетности.

### **ПК-3**

10. Контроль за выполнением бюджетов заключается в:

- а) формировании графиков составления бюджетов;
- б) анализе отклонений фактических значений бюджетных статей от запланированных;
- в) мониторинге процесса бюджетирования;
- г) корректировка планов в зависимости от уже достигнутых результатов.

### **ПК-3**

11. Постоянно действующий орган, который занимается тщательной проверкой стратегических и финансовых планов, дает рекомендации, разрешает разногласия и оперативно вносит коррективы в деятельность вертикали организации – это:

- а) бюджетная комиссия;
- б) бюджетный комитет;
- в) центр финансовой ответственности;
- г) бюджетная инспекция.

### **ПК-3**

**Методические материалы**, определяющие процедуры оценивания знаний. Шкала оценивания (за правильный ответ дается 1 балл) «неудовлетворительно»-50% и менее «удовлетворительно»-51-80% «хорошо»-81-90% (отлично)-91-100%

#### **7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Поскольку практически всякая учебная дисциплина призвана формировать сразу несколько компетенций, критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап - начальный: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знаний, умений и навыков.

2-й этап - заключительный: определение критериев для оценки уровня обученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета.

Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

#### **Показатели оценивания компетенций и шкала оценки**

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций. Если же учебная дисциплина выступает в качестве итогового этапа формирования компетенций (чаще всего это дисциплины профессионального цикла) оценка «неудовлетворительно» должна быть выставлена при отсутствии сформированности хотя бы одной компетенции</p>	<p>При наличии более 50% сформированных компетенций по дисциплинам, имеющим возможность доформирования компетенций на последующих этапах обучения. Для дисциплин итогового формирования компетенций естественно выставлять оценку «удовлетворительно», если сформированы все компетенции и более 60% дисциплин профессионального цикла «удовлетворительно»-</p>	<p>Для определения уровня освоения промежуточной дисциплины на оценку «хорошо» обучающийся должен продемонстрировать наличие 80% сформированных компетенций, из которых не менее 1/3 оценены отметкой «хорошо». Оценивание итоговой дисциплины на «хорошо» обуславливается наличием у обучаемого всех сформированных компетенций причем общепрофессиональных компетенции по учебной дисциплине должны быть сформированы не менее чем на 60% на повышенном уровне, то есть с оценкой «хорошо».-</p>	<p>Оценка «отлично» по дисциплине с промежуточным освоением компетенций, может быть выставлена при 100% подтверждении наличия компетенций, либо при 90% сформированных компетенций, из которых не менее 2/3 оценены отметкой «хорошо». В случае оценивания уровня освоения дисциплины с итоговым формированием компетенций оценка «отлично» может быть выставлена при подтверждении 100% наличия сформированной компетенции у обучаемого, выполнены требования к получению оценки «хорошо» и освоены на «отлично» не менее 50% общепрофессиональных компетенций</p>

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

### 8.1. основная учебная литература:

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг: курс лекций / Л. Е. Басовский. - Москва: ИНФРА-М, 2019 -219 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-002309-0. -

URL: <https://znanium.com/catalog/product/1007096> (дата обращения: 27.05.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

**2.Басовский, Л. Е.** Маркетинг: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 233 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011840-6. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/939196> (дата обращения: 27.05.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

**3.Годин, А. М.** Маркетинг: учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 12-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2016. - 656 с. - ISBN 978-5-394-02540-2. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1092970> (дата обращения: 27.05.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

**4.Ким, С. А.** Маркетинг /С. А. Ким. - Москва: Дашков и К, 2017. - 260 с. - ISBN 978-5394-02014-8. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/513272> (дата обращения: 27.05.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

**5.Наумов, В. Н.** Маркетинг: учебник / В.Н. Наумов. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 320 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010921-3. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/925823> (дата обращения: 27.05.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

**6.Нуралиев, С. У.** Маркетинг: учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - 2-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 360 с. - ISBN 978-5-394-03577-7. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093217> (дата обращения: 27.05.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

**7.Романов, А. А.** Маркетинг: учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - 2-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 438 с. - ISBN 978-5-394-03542-5. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093246> (дата обращения: 27.05.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

**8.Соловьев, Б. А.** Маркетинг: учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 337 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078335> (дата обращения: 27.05.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

**9.Цахаев, Р. К.** Маркетинг: учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 5-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 548 с. - ISBN 978-5-394-03478-7. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093486> (дата обращения: 27.05.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

## 8.2.Дополнительная литература:

- 1.Симонова, Л. М. Управленческая экономика. Практикум : учебное пособие / Л. М. Симонова. — Тюмень : ТюмГУ, 2017. — 48 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/109995> (дата обращения: 19.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 2.Бижанова, Е. М. Маркетинг : учебное пособие / Е. М. Бижанова. — Пенза : ПГУ, 2019. — 170 с. — ISBN 978-5-907185-39-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162292> (дата обращения: 19.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 3.Маркетинг : методические рекомендации / составитель Н. А. Савельева. — Сочи : СГУ, 2017. — 40 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147822> (дата обращения: 19.05.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 4.Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1450. - ISBN 978-5-16-005383-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1226832> (дата обращения: 19.05.2021). – Режим доступа: по подписке.
- 5.Кови, С. 7 навыков высокоэффективных профессионалов сетевого маркетинга: Научно-популярное / Кови С. - М.:Альпина Паблишер, 2017. - 128 с.: ISBN 978-5-9614-6204-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1001985> (дата обращения: 19.05.2021). – Режим доступа: по подписке.
- 6.Аспекты маркетингового управления деятельностью и развитием предпринимательских структур на общественном транспорте : монография / под общ. ред. д-ра экон. наук И.И. Скоробогатых, д-ра экон. наук Р.Р. Сидорчука. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 195 с. — (Научная мысль). — [www.dx.doi.org/10.12737/monography\\_5d1c3c04535203.36438458](http://www.dx.doi.org/10.12737/monography_5d1c3c04535203.36438458). - ISBN 978-5-16-015151-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018873> (дата обращения: 19.05.2021). – Режим доступа: по подписке.
- 7.Сыров, В. Д. Диффундирование маркетинга в производство промышленного предприятия : монография / В. Д. Сыров. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 100 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-369-01392-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1015087> (дата обращения: 19.05.2021). – Режим доступа: по подписке.
- 8.Казаков, С. П. Инновационная маркетинговая деятельность в сфере услуг: Учебное пособие / Казаков С.П. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 398 с.:. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/561271> (дата обращения: 19.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: краткое, схематичное, последовательное фиксирование основных положений, выводов, формулировок, обобщений; выделение ключевых слов, терминов. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросы, терминов, материала, вызывающего трудности. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям ( <i>перечисление понятий</i> ) и др.

Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом ( <i>указать текст из источника и др.</i> ). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Реферат/курсовая работа	<i>Реферат:</i> Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата. <i>Курсовая работа:</i> изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной теме. Использование методических рекомендаций по выполнению и оформлению курсовых работ
Практикум / лабораторная работа	Методические указания по выполнению лабораторных работ ( <i>можно указать название брошюры и где находится</i> ) и др.
Коллоквиум	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
и др.	
Подготовка к экзамену (зачету)	При подготовке к экзамену (зачету) необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

## 10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

### 10.1. Общесистемные требования

*Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»*

<http://kchgu.ru> - адрес официального сайта университета

<https://do.kchgu.ru> - электронная информационно-образовательная среда КЧГУ

*Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)*

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2023/ 2024 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор №915 ЭБС от 12.05.2023г.	с 12.05.2023 г по 12.05.2024 г.
	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № СЭБ НВ-294 от 1 декабря 2020 года.	Бессрочный
2023/ 2024 учебный год	Электронная библиотека КЧГУ (Э.Б.).Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г.Протокол № 1). Электронный адрес: <a href="https://kchgu.ru/biblioteka">https://kchgu.ru/biblioteka</a> - kchgu/	Бессрочный
2023/ 2024 учебный год	Электронно-библиотечные системы: Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» - <a href="https://www.elibrary.ru">https://www.elibrary.ru</a> . Лицензионное соглашение №15646 от 01.08.2014г.Бесплатно.	Бессрочно

	Национальная электронная библиотека (НЭБ) – <a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a> . Договор №101/НЭБ/1391 от 22.03.2016г. Бесплатно. Электронный ресурс «Polred.com Обзор СМИ» – <a href="https://polpred.com">https://polpred.com</a> . Соглашение. Бесплатно.	
--	--	--

## ***10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины***

1. Учебная аудитория № 410 (учебно-лабораторный корпус) для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Специализированная мебель:

- столы ученические, стулья, доска меловая.

Учебно-наглядные пособия (в электронном виде).

Технические средства обучения:

Телевизор, системный блок с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Лицензионное программное обеспечение:

Лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная
- Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная
- ABBY Fine Reader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная
- Calculate Linux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная
- Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 0E26-190214-143423-910-82), с 14.02.2019 по 02.03.2021г.
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 280E-210210-093403-420-2061), с 03.03.2021 по 04.03.2023г.
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 1C12-230131-040105-990-2679), с 21.01.2023 по 03.03.2025г.

2. Научный зал, 20 мест, 10 компьютеров (учебно-лабораторный корпус, ауд.101)

*Специализированная мебель:* столы ученические, стулья.

*Технические средства обучения:*

персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная
- Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная
- ABBY Fine Reader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная
- Calculate Linux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная
- Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 0E26-190214-143423-910-82), с 14.02.2019 по 02.03.2021г.
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 280E-210210-093403-420-2061), с 03.03.2021 по 04.03.2023г.
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 1C12-230131-040105-990-2679), с 21.01.2023 по 03.03.2025г.

3. Читальный зал, 80 мест, 10 компьютеров (учебно-лабораторный корпус, ауд. 102а).

*Специализированная мебель:* столы ученические, стулья.

*Технические средства обучения:*

Дисплей Брайля ALVA с программой экранного увеличителя MAGic Pro;

стационарный видеоувеличитель Clear View с монитором;

2 компьютерных роллера USB&PS/2; клавиатура с накладкой (ДЦП);

акустическая система свободного звукового поля Front Row to Go/\$;

персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная
- Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная
- ABBY Fine Reader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная
- Calculate Linux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная
- Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 0E26-190214-143423-910-82), с 14.02.2019 по 02.03.2021г.
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 280E-210210-093403-420-2061), с 03.03.2021 по 04.03.2023г.
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 1C12-230131-040105-990-2679), с 21.01.2023 по 03.03.2025г.

4. Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (учебно-лабораторный корпус, ауд.507)

*Специализированная мебель:*

- столы ученические, стулья, доска меловая.

*Учебно-наглядные пособия (в электронном виде).*

*Технические средства обучения:*

- ноутбуки в количестве 3 шт. с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Лицензионное программное обеспечение:

Лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная
- Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная
- ABBY Fine Reader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная
- Calculate Linux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная
- Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 0E26-190214-143423-910-82), с 14.02.2019 по 02.03.2021г.
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 280E-210210-093403-420-2061), с 03.03.2021 по 04.03.2023г.
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 1C12-230131-040105-990-2679), с 21.01.2023 по 03.03.2025г.

### ***10.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения***

1. ABBY FineReader (лицензия №FCRP-1100-1002-3937), бессрочная.

2. Calculate Linux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная.

3. Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная.
4. Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 1CI2-230131-040105-990-2679), с 21.01.2023 по 03.03.2025г.
5. Microsoft Office (лицензия №60127446), бессрочная.
6. Microsoft Windows (лицензия №60290784), бессрочная.

#### ***10.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы***

1. Информационно-правовой портал «Консультант плюс» (правовая база данных). [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Информационно-правовой портал «Гарант» (правовая база данных). [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru/>
3. Официальный интернет-портал правовой информации. [Электронный ресурс]. – URL: <http://pravo.gov.ru/>
4. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс]. - <https://wciom.ru/>.
5. Официальный сайт Аналитического центра ЛЕВАДА-ЦЕНТР [Электронный ресурс]. - <https://www.levada.ru/>.
- 6.

#### **11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Для лиц с ОВЗ и/или с инвалидностью РПД разрабатывается на основании «Положения об организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д.Алиева».

## 12. Лист регистрации изменений

Изменение	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения	Дата введения изменений
<p>Обновлены договоры:</p> <p>1. На предоставление доступа к ЭБС «Знаниум» №3686эбс от 20.03.2019г. (с 30.03.2019 по 30.03.2020г.);</p> <p>2. На предоставление доступа к ЭБС «Знаниум» №4438эбс от 23.03.2020г. (с 30.03.2020 по 30.03.2021г.);</p> <p>3. На антивирус Касперского ОЕ26-190214—143423-910-82 (с 14.02.2019-02.03.2021)</p>		
<p>Обновлен Договор с электронно-библиотечной системой «Лань» № СЭБ НВ -294 от 01.12.2020г. Бессрочный.</p>		
<p>Обновлены договоры:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на использование лицензионного программного обеспечения: оказание услуг по продлению лицензий на антивирусное программное обеспечение. Kaspersky Endpoint Security (номер лицензии 280E-210210-093403-420-2061). 2021-2023 годы;</li> <li>- на предоставление доступа к ЭБС ООО «Знаниум». Договор № 5184 ЭБС от 25.03.2021г. (с 30.03.2021 по 30.03.2022г.).</li> </ul>		
<p>Обновлены договоры:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на предоставление доступа к ЭБС ООО «Знаниум». Договор № 179 ЭБС от 25.03.2022г. (с 30.03.2022 по 30.03.2023г.).</li> </ul>		
<p>Обновлены договоры: 1). Антивирус Касперского. Действует до 03.03.2025г. (Договор № 56/2023 от 25 января 2023г.); 2). Договор №915 ЭБС ООО «Знаниум» от 12.05.2023г. Действует до 12.05.2024г.</p>		