

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр магистратуры



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Стратегический маркетинг

Направление подготовки: 38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Финансовый менеджмент

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Каленская Н.В. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Natalya.Kalenskaya@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-3	способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
ПК-1	способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК-10	способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
ПК-11	способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленических дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПК-3	способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
ПК-4	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
ПК-5	владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
ПК-6	способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
ПК-7	способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями
ПК-8	способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
ПК-9	способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга;
- особенности разработки ориентированной на рынок стратегии развития на предприятии.

Должен уметь:

- оценивать рыночную ситуацию;
- проводить маркетинговые исследования;
- оценивать конкурентоспособность предприятия и повышать ее.

Должен владеть:

навыками:

- творческого обобщения полученных знаний;
- конкретного и объективного изложения своих знаний;
- обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований.

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.Б.3 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.04.02 "Менеджмент (Финансовый менеджмент)" и относится к базовой (общепрофессиональной) части.

Осваивается на 1 курсе в 2 семестре.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 48 часа(ов), в том числе лекции - 12 часа(ов), практические занятия - 36 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 60 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен во 2 семестре.

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

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сущность стратегического маркетинга.	2	2	6	0	14
2.	Тема 2. Анализ потребностей и определение базового рынка.	2	4	10	0	16
3.	Тема 3. Анализ конкуренции и конкурентоспособности предприятия.	2	2	10	0	14
4.	Тема 4. Формулирование рыночной стратегии.	2	4	10	0	16
	Итого		12	36	0	60

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность стратегического маркетинга.

Две грани маркетинга ? стратегический и операционный маркетинг. Цели стратегического маркетинга. Аналитическая ориентация стратегического маркетинга. Этапы стратегического маркетинга ? анализ потребностей, сегментирование рынка, анализ возможностей бизнеса, анализ конкуренции и разработка ориентированной на рынок стратегии развития.

Тема 2. Анализ потребностей и определение базового рынка.

Человеческие потребности как ключевое понятие маркетинга. Виды потребностей. Маркетинг и создание потребностей. Покупательское поведение индивида. Мотивация делового (B2B) покупателя. Анализ привлекательности рынка. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов. Особенности сегментирования деловых рынков.

Тема 3. Анализ конкуренции и конкурентоспособности предприятия.

Движущие силы конкуренции в отрасли. Понятие конкурентного преимущества. Конкурентные преимущества, основанные на качестве, на издержках и на ключевых компетенциях. Конкурентное преимущество, основанное на рыночной силе.

Тема 4. Формулирование рыночной стратегии.

Выбор базовой стратегии: общее лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование. Оценка возможностей роста: интенсивный рост, интегративный рост, диверсификационный рост. Выбор конкурентной стратегии. Стратегический план маркетинга.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996н/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

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

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
 - в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.
- Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.
- Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

AC Nielsen Russia - www.acnielsen.ru
American Marketing Association - www.marketingpower.com
CSR Research - www.c-s-r.ru
Бизнес-аналитика - www.businessanalytica.ru
Гильдия маркетологов - www.marketologi.ru
Комкон, исследования рынка - www.comcon-2.ru
Российская ассоциация маркетинга - www.ram.ru

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

Для достижения вышеуказанного магистрант должен соблюдать следующие правила, позволяющие освоить дисциплину на высоком уровне:

1. Начало освоения курса должно быть связано с изучением всех компонентов Учебно-методического комплекса дисциплины с целью понимания его содержания и указаний, которые будут доведены до сведения магистрантов на первой лекции и первом семинарском занятии. Это связано с

- установлением сроков и контроля выполнения индивидуального задания каждым магистром,
- распределением заданий и сроков их представления,
- критериями оценки текущей работы магистра (контрольных работ, работы на семинарских/практических занятиях)

Перед началом курса целесообразно ознакомиться со структурой дисциплины на основании программы, а так же с последовательностью изучения тем и их объемом. С целью оптимальной самоорганизации необходимо сопоставить эту информацию с графиком занятий и выявить наиболее затратные по времени и объему темы, чтобы заранее определить для себя периоды объемных заданий.

2. Каждая тема содержит лекционный материал, список литературы для самостоятельного изучения, вопросы и задания для подготовки к семинарским и/или практическим занятиям, а также материалы для самостоятельной работы. Необходимо заранее обеспечить себя этими материалами и литературой или доступом к ним.

3. Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержаться в лекционном материале.

4. Практическое занятие по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется отработка навыков использования программного обеспечения для решения маркетинговых задач, а также контроль знаний, полученных магистром самостоятельно. В связи с этим, такое занятие начинается либо с выполнения практического задания, либо с контрольной работы, которая может проводиться по:

лекционному материалу темы,
литературным источникам, указанным по данной теме,
заданиям для самостоятельной работы.

Подготовка к практическому занятию заключается в том, чтобы до практического занятия:
изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники;
выполнить задания для самостоятельной работы.

5. Подготовка к зачету является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством текущего контроля. В процессе подготовки к экзамену выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе, либо не понятно, как выполняется практическое задание. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя на консультации, которая проводится перед зачетом.

Самостоятельная работа обучающегося по предмету 'Стратегический маркетинг' - 86 часов.

Обучающийся должен подготовить реферат, презентацию и письменную работу.

1. Реферат представляет собой законченное краткое исследование на основе анализа теоретического материала и анализа практического применения компетенций в области оценки эффективности управления маркетингом на предприятии.

Реферат должен соответствовать следующим критериям:

Структура :

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение (5% от объема работы).
4. Основная часть.
5. Заключение (5-10% от объема работы).
6. Библиографический список (Список использованных источников).
7. Приложения (при наличии).

Основная часть:

1. Теоретические аспекты темы.
2. Практические аспекты темы собственные исследования, проектные решения, выводы, рекомендации (в обязательном порядке).

Объем должен составлять - 15-20 страниц

Реферат должен быть оформлен на одной стороне листа бумаги формата А4. Текст печатается через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRoman, размер шрифта 14. Абзац должен начинаться с красной строки (отступ - 1,25 мм). Лист с текстом должен иметь поля: слева - 30 мм, справа - 10 мм, сверху - 20 мм, снизу - 20 мм. Текст и другие элементы работы (таблицы, схемы, графики, рисунки) должны быть черными, контуры букв и знаков - четкими, без ореола и затенения. Допустимо цветное исполнение рисунков и графиков. Дополнительное выделение, увеличение интервала между строками и буквами в работе не допускаются.

Страницы нумеруются арабскими цифрами внизу листа по центру без точки, размер шрифта - 12. Нумерация должна быть сквозной - от титульного до последнего листа работы, которым является первая страница раздела 'Приложение'. Титульный лист и содержание включаются в общую нумерацию страниц, однако номера страниц на них не проставляются.

2. Презентация

презентация по теме дисциплины являются одним из этапов обязательных промежуточных оценочных средств обучающегося.

Процедура презентации заключается в представлении материалов по теме, которую самостоятельно выбирает обучающийся.

Регламент выступления 5-7 минут.

В докладе необходимо отразить следующие позиции:

- 1) краткое описание проблемы;
- 2) актуальность для теории и практики;
- 3) исследовательская база;
- 4) выводы и рекомендации.

Краткий доклад должен быть подготовлен письменно, но выступать необходимо, не зачитывая текст.

Доклад необходимо сопровождать графиками, таблицами, схемами, представленными в виде презентации (до 5-10 слайдов) .

3. Письменная работа.

Письменная работа это самостоятельная работа обучающегося которую он сдает на проверку преподавателю. Темы письменных работ преподаватель озвучивает на занятии в рамках темы. Письменная работа оформляется в объеме 5-7 страниц.

Текст печатается через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRoman, размер шрифта 14. Абзац должен начинаться с красной строки (отступ - 1,25 мм). Лист с текстом должен иметь поля: слева - 30 мм, справа - 10 мм, сверху - 20 мм, снизу - 20 мм. Текст и другие элементы работы (таблицы, схемы, графики, рисунки) должны быть черными, контуры букв и знаков - четкими, без ореола и затенения.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи;
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.04.02 "Менеджмент" и магистерской программе "Финансовый менеджмент".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.Б.3 Стратегический маркетинг*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Финансовый менеджмент

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Основная литература:

1. Шальнова, О.А. Технологии формирования потребительской лояльности в розничной торговле [Электронный ресурс] : Монография / О. А. Шальнова, М. В. Зинцова, Н. В. Ребрикова; под ред. Шальновой О. А. ? М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2014. ? 107 с. - ISBN 978-5-394-02438-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514302>

2. Иган, Джон. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100 'Коммерция (торговое дело)' 080301 / Дж. Иган; пер. с англ. Е. Э. Лалаян. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 375 с. - (Серия 'Зарубежный учебник'). - ISBN 0-273-68623-2 (англ.), ISBN 978-5-238-01321-3 (русс.).

3. Шоул, Дж. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество [Электронный ресурс] / Джон Шоул; Пер. с англ. ? 5-е изд. ? М.: Альпина Паблишер, 2013. ? 340 с. - ISBN 978-5-9614-2269-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518830>

Дополнительная литература:

1. Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, 2008. - 276 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0068-4, 3000 экз. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=137578>

2. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - М.: Форум, 2008. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-91134-243-2, 2000 экз. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=143194>

3. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие / П.С. Завьялов. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 496 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-001386-2, 3000 экз. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=143199>

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.Б.3 Стратегический маркетинг

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Финансовый менеджмент

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.