

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

**УТВЕРЖДЕНО**  
 решением Ученого совета ИЭиБ  
 от «22» июня 2023 г., протокол № 09 / 261  
 Председатель \_\_\_\_\_ И.Б.Романова  
 «22» июня 2023 г.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	<b>Стратегическое планирование маркетинговой деятельности</b>
Факультет	управления
Кафедра:	управления
Курс	1

Направление 38.04.02 Менеджмент  
 Профиль «Стратегический менеджмент и маркетинг»  
 (квалификация (степень) «магистр»)

Форма обучения очная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «01» сентября 2023г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2024г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Белокопытова Надежда Геннадьевна	Управления (КУ)	доцент, к.э.н.

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий кафедрой управления
 /Иванова Т.Ю./ Подпись <span style="margin-left: 150px;">ФИО</span>
«18» мая 2023г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

### 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

*Цель дисциплины* «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности» - это формирование и развитие компетенций в области современной теории стратегического управления маркетингом в организации и навыков их практического использования у обучающихся по программе магистратуры 38.04.02 Менеджмент.

Стратегическое планирование маркетинговой деятельности позволяет организации своевременно реагировать на изменения внешнего окружения, разрабатывать маркетинговые стратегии ведения конкурентной борьбы за потребительский спрос в сложных конъюнктурных условиях, что подчеркивает важность изучения данной дисциплины при подготовке обучающихся по программе магистратуры 38.04.02 Менеджмент.

*Задачи дисциплины:*

- ❖ ознакомить слушателей магистратуры с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами теории стратегического планирования маркетинговой деятельности;
- ❖ рассмотреть этапы процесса стратегического планирования маркетинговой деятельности;
- ❖ охарактеризовать методы разработки стратегического плана развития маркетинга на предприятии;
- ❖ ознакомить магистрантов с типологией видов стратегий маркетинга и их характеристиками;
- ❖ выявить методические приемы разработки и выбора стратегии маркетинга организации, определить способы ее реализации.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

«Стратегическое планирование маркетинговой деятельности» является учебной дисциплиной обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) Учебного плана по программе магистратуры 38.04.02 Менеджмент по профилю «Стратегический менеджмент и маркетинг» и имеет код Б1.О.06.

Дисциплина «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности» изучается в одном семестре с дисциплинами, практиками, направленными на формирование соответствующих компетенций (или их части): Теория организации и организационное поведение, Методы исследований в менеджменте, Научно-исследовательская работа (учебная практика).

Дисциплина «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности» предшествует изучению дисциплин, прохождению видов практики и дальнейшему формированию соответствующих компетенций (или их части): Стратегический маркетинг, Методы преподавания управленческих дисциплин, Проектная деятельность, Технологическая (проектно-технологическая) практика, Управление конкурентоспособностью, Современный стратегический анализ, Документообеспечение управленческой и маркетинговой деятельности, Статистические методы в маркетинге, Бизнес-курс "Корпорация+", Экономика торговли, Практика по профилю профессиональной деятельности, Преддипломная практика, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им	ИД-1 оПК-4 Знать методы руководства проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, приемы выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующих им бизнес-моделей организаций ИД-2 оПК-4 Уметь применять методы руководства проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, приемы выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующих им бизнес-моделей организаций ИД-3 оПК-4 Владеть методами руководства проектной и процессной деятельностью в

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

бизнес-модели организаций	организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, приемы выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующих им бизнес-моделей организаций
ПК-1 Способен осуществлять стратегическое управление процессами планирования и организации производства, проектами и программами по внедрению новых методов и моделей деятельности	ИД-1 <sub>ПК-1</sub> Знать технологии осуществления стратегического управления процессами планирования и организации производства, проектами и программами по внедрению новых методов и моделей деятельности ИД-2 <sub>ПК-1</sub> Уметь применять технологии осуществления стратегического управления процессами планирования и организации производства, проектами и программами по внедрению новых методов и моделей деятельности ИД-3 <sub>ПК-1</sub> Владеть технологиями осуществления стратегического управления процессами планирования и организации производства, проектами и программами по внедрению новых методов и моделей деятельности

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 3 з.е.

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения - очная)		
	всего по плану	в том числе по семестрам	
		1	2
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	32	32	-
Аудиторные занятия, в том числе:	32	32	-
лекции	16	16	-
практические занятия	16	16	-
лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа студента	76	76	-
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы:	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения	-
Курсовая работа	-	-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет	-
Всего часов по дисциплине	108	108	-

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы, практикумы			
1. Предмет, цели, задачи курса «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности».	16	2	2	-	2	12	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

							обсуждения
2.Методологические основы стратегического планирования маркетинговой деятельности.	16	2	2	-	2	12	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
3.Целеполагание в маркетинговой деятельности организации.	16	2	2	-	2	12	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
4.Анализ маркетинговой и внутренней среды организации.	16	2	2	-	2	12	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
5.Роль портфельного анализа и SWOT-анализа в разработке стратегии маркетинга.	16	2	2	-	2	12	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
6.Стратегии маркетинга и их выбор.	22	6	6	-	6	16	Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
Итого:	108	16	16	-	16	76	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Предмет, цели, задачи и содержание курса «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности».

Содержание дисциплины, ее цели и задачи. Предмет и методы стратегического планирования. Связь стратегического планирования маркетинговой деятельности с другими дисциплинами. Роль и место знаний по дисциплине в подготовке обучающихся по программе магистратуры 38.04.02 Менеджмент.

### Тема 2. Методологические основы стратегического планирования маркетинговой деятельности.

Предпосылки возникновения стратегического планирования маркетинговой деятельности. Сущность и процесс стратегического планирования. Содержание маркетинговой деятельности. Основные понятия стратегического планирования маркетинговой деятельности, их содержание и взаимосвязь. Сущность стратегии маркетинга организации.

### Тема 3. Целеполагание в маркетинговой деятельности организации.

Цели организации: понятие, классификация по различным признакам. Требования, предъявляемые к целям. «Дерево целей». Маркетинговые цели предприятия. Миссия организации: понятие, значение для маркетинговой деятельности организации, требования к формулировке. Формы представления миссии фирмы. Способы установления обратной связи с подчиненными при постановке маркетинговых целей.

### Тема 4. Анализ маркетинговой и внутренней среды организации.

Сущность маркетинговой среды организации. Макро- и микросреда как две части маркетинговой среды фирмы. Факторы макросреды (политические, научно-технические, экономические, демографические,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

природные и культурные), общероссийские и мировые тенденции их изменений. Элементы микросреды предприятия (конкуренты, клиентура, поставщики, маркетинговые посредники, контактные аудитории). Содержание и роль маркетинговых исследований при анализе маркетинговой среды организации. Элементы внутренней среды предприятия (технология, персонал, ресурсы, научно-исследовательские опытно-конструкторские работы, финансы, маркетинг, стратегические единицы бизнеса и др.). Параметры оценки элементов внутренней среды организации. Методы выявления сильных и слабых сторон организации.

#### **Тема 5. Роль портфельного анализа и SWOT-анализа в разработке стратегии маркетинга.**

Портфельный анализ (матрица Бостонской консультативной группы, матрица Мак-Кинзи, матрица АДЛ и др.). SWOT-анализ: матрица возможностей, матрица угроз. Использование портфельного анализа и SWOT-анализа в разработке стратегии маркетинга.

#### **Тема 6. Стратегии маркетинга и их выбор.**

Стратегии интенсивного, интеграционного и диверсифицированного роста фирмы. Матрица И.Ансоффа «развития товара/рынка». Горизонтальная и вертикальная интеграция. Стратегии концентрической, горизонтальной, конгломератной диверсификации. Виды конкурентных стратегий организации (подход М.Портера, подход ф.Котлера). Методы выбора оптимальной стратегии маркетинга.

### **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

Трудоемкость практических и семинарских занятий составляет – 16 часов (по очной форме обучения).

#### **Тема 1. Предмет, цели, задачи и содержание курса «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности».**

*Форма проведения семинарского занятия* – дискуссия о роли и месте знаний по дисциплине «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности» в процессе освоения программы магистратуры 38.04.02 Менеджмент.

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. Какова роль дисциплины при подготовке менеджеров в РФ?
2. Знания и методы из каких учебных дисциплин могут быть использованы при применении технологий стратегического планирования маркетинговой деятельности?

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

1. В чем состоят различие и взаимосвязь понятий «стратегия фирмы» и «стратегия маркетинга фирмы»?
2. Каковы основные направления и тенденции совершенствования технологий стратегического планирования маркетинговой деятельности на современном этапе развития экономической науки?

#### **Тема 2. Методологические основы стратегического планирования маркетинговой деятельности.**

*Форма проведения семинарского занятия* – дискуссия о необходимости и возможностях стратегического планирования маркетинговой деятельности на российских предприятиях в современных условиях хозяйствования; деловая игра по теме семинара.

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. Раскройте содержание понятий «стратегическое планирование», «маркетинговая деятельность».
2. В чем основные отличия стратегии фирмы и стратегии маркетинга фирмы? Какова взаимосвязь данных понятийных категорий?

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

1. Дайте характеристику основным этапам процесса стратегического планирования маркетинговой деятельности. Все ли теоретики едины в подходе к последовательности этапов?
2. Выделите основные подходы к сущности понятия «стратегия маркетинга». В чем их основные отличия, сходства и взаимосвязь?

#### **Тема 3. Целеполагание в маркетинговой деятельности организации.**

*Форма проведения семинарского занятия* – деловая игра по определению маркетинговых целей с разным горизонтом планирования.

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. В каких формах может быть представлена миссия фирмы?

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

1. Могут ли быть негативные последствия наличия у фирмы четко сформулированной миссии?
2. Что такое «маркетинговая цель фирмы» и «дерево целей»?
3. Какие требования предъявляются к формулировке маркетинговых целей?

#### **Тема 4. Анализ маркетинговой и внутренней среды организации.**

*Форма проведения семинарского занятия* – деловая игра по оценке воздействия факторов маркетинговой среды на организацию.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. Какие факторы маркетинговой среды фирмы характеризуют макросреду и микроокружение организации?
2. Раскройте содержание понятия «внутренняя среда фирмы».

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

1. В чем сходства и различия марок-конкурентов и конкурентов-товарозаменителей? Приведите примеры данных видов конкурентов на рынке.
2. Охарактеризуйте методы анализа внутренней среды фирмы.

#### **Тема 5. Роль портфельного анализа и SWOT-анализа в разработке стратегии маркетинга.**

*Форма проведения семинарского занятия* - деловая игра по разработке стратегии маркетинга с использованием портфельного анализа фирмы и SWOT-анализа.

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. В чем, на Ваш взгляд, заключаются трудности проведения портфельного анализа на российских предприятиях?
2. Является ли матрица McKinsey-General Electric просто более сложным вариантом матрицы БКГ? Обоснуйте свой ответ.

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

1. Из каких этапов состоит методика SWOT-анализа?
2. В чем состоят достоинства и недостатки SWOT-анализа?
3. Какие источники информации необходимо использовать для проведения SWOT-анализа?

#### **Тема 6. Стратегии маркетинга и их выбор.**

*Форма проведения семинарского занятия* - ролевая игра по разработке вариантов стратегии маркетинга организации.

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. Охарактеризуйте основные типы стратегий маркетинга фирмы.
2. Дайте характеристику стратегиям интенсивного роста организации.

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

3. В чем состоят достоинства и недостатки метода «мозгового штурма» как способа выбора оптимальной стратегии маркетинга фирмы?
4. В чем опасности и трудности диверсификации?
5. Как взаимосвязаны стратегия диверсификации фирмы и стратегия интеграции?

### **7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**

Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

### **8.ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

#### **8.1. Тематика рефератов по дисциплине**

Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

#### **8.2. Тематика контрольных работ**

Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

#### **8.3. Тематика курсовых работ по дисциплине.**

Данный вид работы по дисциплине не предусмотрен учебным планом.

### **9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ**

1. Предпосылки возникновения стратегического планирования маркетинговой деятельности.
2. Сущность и процесс стратегического планирования в маркетинге.
3. Основные понятия стратегического планирования маркетинговой деятельности, их содержание и взаимосвязь.
4. Цели организации: понятие, классификация по различным признакам; характеристика. Требования, предъявляемые к маркетинговым целям, «дерево целей».
5. Миссия организации. Формы представления миссии фирмы.
6. Понятие маркетинговой среды организации, ее структура, взаимосвязь ее элементов, сложность, подвижность, неопределенность внешней среды.
7. Факторы макросреды (политические, научно-технические, экономические, демографические, природные и культурные), общероссийские тенденции их изменений.
8. Элементы микросреды предприятия (конкуренты, клиентура, поставщики, маркетинговые посредники, контактные аудиторы).
9. Содержание и роль маркетинговых исследований в анализе маркетинговой среды фирмы.
10. Элементы внутренней среды предприятия.
11. Сущность и виды конкурентных преимуществ организации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

12. Методы выявления сильных и слабых сторон организации.
13. SWOT-анализ (матрица SWOT, матрица возможностей, матрица угроз).
14. Портфельный анализ (матрица Бостонской консультативной группы, матрица Мак-Кинзи, матрица АДЛ и др.).
15. Основные подходы к сущности понятия «стратегия маркетинга».
16. Классификация конкурентных стратегий (подход М.Портера, подход Ф.Котлера).
17. Стратегии интенсивного, интеграционного и диверсифицированного роста фирмы.
18. Матрица И.Ансоффа «развития товара/рынка».
19. Горизонтальная и вертикальная интеграция.
20. Виды диверсификации: сходства и различия, перспективы развития в рыночных условиях хозяйствования.
21. Внешние и внутренние факторы выбора стратегии маркетинга. Критерии выбора оптимальной стратегии маркетинга фирмы.
22. Методы выбора оптимальной стратегии маркетинга.

### 10.САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1.Предмет, цели, задачи курса «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности».	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	12	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
2.Методологические основы стратегического планирования маркетинговой деятельности.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	12	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
3.Целеполагание в маркетинговой деятельности организации.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	12	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
4.Анализ маркетинговой и внутренней среды организации.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	12	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
5.Роль портфельного анализа и SWOT-анализа в разработке стратегии маркетинга.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	12	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения
6.Стратегии маркетинга и их выбор.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка к практическому занятию по теме, подготовка к текущему контролю знаний по теме	16	Проверка: Тестирование Задачи (задания) Вопросы для обсуждения

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### Основная литература

1. Литвак, Б. Г. Стратегическое планирование и прогнозирование : учебник для вузов / Б. Г. Литвак. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16674-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531468>
2. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под редакцией В. С. Абрамова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14595-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520203>

#### Дополнительная литература

1. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития : учебник и практикум для вузов / В. И. Малюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 361 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03338-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511532>
2. Мардас, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 176 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06388-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513012>
3. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 157 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08723-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512393>
4. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03013-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510857>

#### Учебно-методическая литература

1. Белокопытова Н. Г. Методические указания по дисциплине «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности» по организации самостоятельной работы обучающихся по программе магистратуры 38.04.02 Менеджмент по всем формам обучения : учебно-методическое пособие / Н. Г. Белокопытова ; УлГУ, Ин-т экономики и бизнеса. - 2023. - 24 с. - Неопубликованный ресурс. - URL:<http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/15381>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.

#### Согласовано:

Главный библиотекарь  
отдела обслуживания ИЭиБ  
научной библиотеки УлГУ  / Голосова М.Н./ « 01 » 06 2023г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

## б) Программное обеспечение

- 1.«1С: Предприятие 8»;
- 2.Statistica Academic for Windows\$
- 3.Комплект ПО «Универсал»
- 4.Windows;Office\$
- 5.МойОфис Стандартный;
- 6.Антиплагиат.ВУЗ

## в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

### 3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

СОГЛАСОВАНО:

Шингарев Вадим                      Иуренко ЮВ / И.О.Сид / 01.06.2023  
 Должность сотрудника УИТиТ                      ФИО                      подпись                      дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе, указывается в соответствии со сведениями о материально-техническом обеспечении и оснащённости образовательного процесса, размещёнными на официальном сайте УлГУ в разделе «Сведения об образовательной организации».

## 13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

### Разработчик программы дисциплины:

к.э.н., доцент кафедры



Белокопытова Н.Г.