

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Волхонов Михаил Станиславович  
Должность: Врио ректора  
Дата подписания: 07.07.2021 09:50:45  
Уникальный программный ключ:  
b2dc75470204bc2bfec58d577a1b983ee223ea27559d45aa8c272df0610c6c81

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**"КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ"**

Согласовано:  
Председатель методической комиссии  
инженерно-технологического факультета  
  
\_\_\_\_\_ / И.П. Петрюк /

Утверждаю:  
Декан инженерно-технологического  
факультета  
  
\_\_\_\_\_ / М.А. Иванова /

« 08 » июня 2021 года

« 09 » июня 2021 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки (специальность) ВО	<u>23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства</u>
Направленность (специализация)/ профиль	<u>Автомобили и тракторы</u>
Квалификация выпускника	<u>специалист</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Срок освоения ОПОП ВО	<u>5 лет</u>

### 1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины (модуля) «Маркетинг» являются усвоение будущими инженерами основных теоретических положений маркетинга и формирование навыков и умений практического использования полученных знаний в производственно-коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий и сфере технического обслуживания в условиях рыночных отношений.

Задачи дисциплины: сформировать у студентов систему знаний о существующих методологических основах маркетинга применительно к предприятиям АПК.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

2.1. Дисциплина (модуль) «Маркетинг» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО

2.2. Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- *Экономическая теория*

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *Экономика предприятия;*

- *Менеджмент*

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций: УК-1; УК-2; ОПК-6

Категория компетенции	Код и наименование компетенции	Наименование индикатора формирования компетенции
Универсальные компетенции	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД-1 <sub>УК-1</sub> Анализирует проблемную ситуацию (задачу) и выделяет ее базовые составляющие. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации (задачи), разрабатывает алгоритмы их реализации. ИД-2 <sub>УК-1</sub> Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи. ИД-3 <sub>УК-1</sub> Осуществляет систематизацию информации различных типов для анализа проблемных ситуаций. Вырабатывает стратегию действий для построения алгоритмов решения поставленных задач.
	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД-1 <sub>УК-2</sub> Владеет современными теоретическими и методическими подходами макро и микроэкономики. ИД-2 <sub>УК-2</sub> Владеет ключевыми концепциями управления проектами, методами оценки эффективности проекта на всех его фазах, стадиях и этапах жизненного цикла.
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-6 Способен ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять	ИД-2 <sub>ОПК-6</sub> Принимает обоснованные управленческие решения по организации производства ИД-3 <sub>ОПК-6</sub> Владеет методами экономической оценки результатов производства, научных

	<p>их с учетом особенностей рыночной экономики, принимать обоснованные управленческие решения по организации производства, владеть методами экономической оценки результатов производства, научных исследований, интеллектуального труда</p>	<p>исследований, интеллектуального труда</p>
--	--	--

**В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ СТУДЕНТ ДОЛЖЕН:**

**Знать:** методики определения проблемной ситуации (задачи) и выделять ее базовые составляющие, методы решения и разработки алгоритма реализации различных вариантов проблемной ситуации (задач); методики определения и оценивания практических последствий возможных решений задачи; систематизацию информации различных типов для анализа проблемных ситуаций; принципы разработки стратегии действий для построения алгоритмов решения поставленных задач; программирование разработанных алгоритмов и критического анализа полученных результатов.

- современные теоретические и методические подходы макро и микроэкономики; ключевые концепции управления проектами, методы оценки эффективности проекта на всех его фазах, стадиях и этапах жизненного цикла.

- базовые положения экономической теории с учетом особенностей рыночной экономики; способы организации производства на основе обоснованных управленческих решений; методы экономической оценки результатов производства, научных исследований, интеллектуального труда.

**Уметь:** определять проблемную ситуацию (задачу) и выделяет ее базовые составляющие, решать различные варианты проблемной ситуации (задачи), разрабатывать алгоритмы их реализации; определять и оценивать практические последствия возможных решений задачи; систематизировать информацию различных типов для анализа проблемных ситуаций; разрабатывать стратегии действий для построения алгоритмов решения поставленных задач; программировать разработанные алгоритмы и критического анализа полученных результатов.

- применять современные теоретические и методические подходы макро и микроэкономики; применять методы оценки эффективности проекта и ключевые концепции управления проектами на всех его фазах, стадиях и этапах жизненного цикла,

- ориентируется в базовых положениях экономической теории, применяет их с учетом особенностей рыночной экономики; принимать обоснованные управленческие решения по организации производства; применять методы экономической оценки результатов производства, научных исследований, интеллектуального труда.

**Владеть:** навыками определения проблемной ситуации (задачи) и выделять ее базовые составляющие, навыками решения и разработки алгоритма реализации различных вариантов проблемной ситуации (задач); навыками определения и оценивания практических последствий возможных решений задачи; методами систематизации информации различных

типов для анализа проблемных ситуаций; разработкой стратегии действий для построения алгоритмов решения поставленных задач;

- ключевыми концепциями управления проектами, методами оценки эффективности проекта на всех его фазах, стадиях и этапах жизненного цикла.

-навыками организации производства на основе обоснованных управленческих решений; методами экономической оценки результатов производства, научных исследований, интеллектуального труда

#### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Маркетинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Форма контроля-экзамен.

Вид работы		Всего часов, 3 семестр
Контактная работа – всего		36,9
в том числе:		-
Лекции (Л)		18
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)		18
Консультации (К)		0,9
Курсовой проект (работа)	КП	
	КР	
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		35,1
в том числе:		
Курсовой проект (работа)	КП	-
	КР	-
<i>Другие виды СРС:</i>		
Реферативная работа		0
РГР		
Подготовка к практическим занятиям		15
Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям, Интернет-ресурсам)		14,1
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	6*
	экзамен (Э)	
Общая трудоемкость / контактная работа	часов	72 / 36,9
	зач. ед.	2 / 1,025

\* - часы используются для подготовки к контрольным испытаниям в течение семестра

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Разделы дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела (темы) дисциплины	Вид деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Форма текущего контроля успеваемости
			Л	К, КР (КП)	Пр/С/Лаб	СР	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	3	Теоретические основы маркетинга. 1. Основные понятия в маркетинге 2. Концепции маркетинга 3. Виды маркетинга 4. Функции маркетинга 5. Цели маркетинговой деятельности 6. Сферы распространения маркетинга	2	-	2	4	8	ЗПР, Тс
2.	3	Маркетинговая среда 1. Основные факторы микросреды 2. Основные факторы макросреды 3. Анализ рыночных возможностей 4. Отбор целевых рынков 5. Организация маркетинговой деятельности	2	-	2	6	10	ЗПР, Тс
3.	3	Поведение покупателей на потребительском рынке 1. Характеристики покупателей 2. Процесс принятия решения о покупке 3. Особенности принятия решения о покупке товаров-новинки	2	-	2	6	10	ЗПР, Тс
4.	3	Рынок товаров промышленного назначения. 1. Особенности рынка товаров промышленного назначения (ТПН). 2. Виды закупок ТПН. 3. Процесс принятия решений о закупках ТПН. 4. Рынок государственных учреждений	2	-	2	4	8	ЗПР, Тс
5.	3	Маркетинговые исследования и информация 1. Концепция и состав системы маркетинговой информации. 2. Методика маркетинговых исследований.	4	-	4	5	13	ЗПР, Тс

6.	3	Товары, товарные марки, упаковка 1. Классификация товаров 2. Марки товаров 3. Упаковка, маркировка товара и сервисные услуги для покупателей 4. Товарный ассортимент и товарная номенклатура	4	-	4	5,1	13,1	ЗПР, Тс
7.	3	Маркетинговая коммуникация 1. Реклама 2. Стимулирование 3. Пропаганда 4. Личные продажи	2	-	2	5	9	ЗПР, Тс
		Консультации	-	0,9	-	-	0,9	
		<b>ИТОГО:</b>	<b>18</b>	<b>0,9</b>	<b>18</b>	<b>35,1</b>	<b>72</b>	

## 5.2. Практические и семинарские занятия, лабораторные работы

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела (темы) дисциплины	Наименование лабораторных (практических, семинарских) работ	Всего часов
1	2	3	4	5
1	3	Теоретические основы маркетинга.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные понятия в маркетинге</li> <li>2. Установите соответствие между базовыми понятиями маркетинга и их определениями</li> <li>3. Отметьте инструменты, которые входят в состав комплекса маркетинга:</li> <li>4. Распределите маркетинговые концепции в хронологической последовательности по периоду возникновения</li> <li>5. Виды маркетинга при различных состояниях спроса</li> <li>6. Прочитайте предложенные статьи и определите (идентифицируйте) действующую концепцию маркетинга следующих компаний</li> </ol>	2
2	3	Маркетинговая среда	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кейс «Анализ демографических факторов макросреды Костромской области и их влияния на рынок отечественных легковых автомобилей»</li> <li>2. Анализ основных факторов макросреды для компании, действующей на региональном рынке (на примере компании «Кострома Лада Сервис»).</li> <li>3. Прогноз динамики прибыли компании</li> <li>4. Прогноз изменения цены предложения на производимую продукцию</li> <li>5. Используя методы экспертных оценок проведите сравнительную оценку поставщиков</li> <li>6. Определение доли рынка по товарным группам и темпы роста рынка каждой товарной группы относительно продаж компании «Лада Сервис»</li> </ol>	2
3	3	Поведение покупателей на потребительском рынке	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выберите правильное определение приведенных рыночных показателей</li> <li>2. Расположите этапы процесса принятия покупателем решения о покупке в порядке очередности</li> <li>3. Оценка потребительских предпочтений</li> </ol>	2
4	3	Рынок товаров промышленного назначения	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности рынка товаров промышленного назначения (ТПН).</li> <li>2. Виды закупок ТПН.</li> <li>3. Процесс принятия решений о закупках ТПН.</li> <li>4. Рынок государственных учреждений</li> </ol>	2

5	3	Маркетинговые исследования и информация	<p>1. Рассчитайте емкость рынка (<math>K_{пр}</math>) товара при заданных условиях.</p> <p>2. Определите тип вопросов анкеты.</p> <p>Решение задач по тем:</p> <p>1. Перед коммерческим предприятием возникла ситуация: самим наладить производство комплектующих изделий, или закупить у другого производителя.</p> <p>2. Выработка решения по максимизации прибыли в условиях определенности методом приростного анализа прибыли</p>	4
6	3	Товары, товарные марки, упаковка	<p>1. Анализ структуры рынка рассчитать структурные показатели рынка по маркам на российском рынке грузовых автомобилей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• абсолютные доли рынка;</li> <li>• относительные доли рынка.</li> </ul> <p>2. Марки товаров</p> <p>3. Упаковка, маркировка товара и сервисные услуги для покупателей</p> <p>4. Товарный ассортимент и товарная номенклатура</p>	4
7	3	Маркетинговая коммуникация	<p>1. Реклама</p> <p>2. Стимулирование</p> <p>3. Пропаганда</p> <p>4. Личные продажи</p>	2
		<b>ИТОГО:</b>		<b>18</b>

### 5.3. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовых проектов (работ) не предусмотрено.

#### 5.4. Самостоятельная работа студента

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела дисциплины	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	6	Теоретические основы маркетинга.	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, Интернет-ресурсам), подготовка к контрольным испытаниям. Подготовка к контрольным испытаниям. Выполнение реферата.	4
2.	6	Маркетинговая среда	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, Интернет-ресурсам), подготовка к контрольным испытаниям. Подготовка к контрольным испытаниям. Выполнение реферата.	6
3.	6	Поведение покупателей на потребительском рынке	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, Интернет-ресурсам), подготовка к контрольным испытаниям. Подготовка к контрольным испытаниям. Выполнение реферата.	6
4.	6	Рынок товаров промышленного назначения	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, Интернет-ресурсам), подготовка к контрольным испытаниям. Подготовка к контрольным испытаниям. Выполнение реферата.	4
5.	6	Маркетинговые исследования и информация	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, Интернет-ресурсам), подготовка к контрольным испытаниям. Подготовка к контрольным испытаниям. Выполнение реферата.	5
6.	6	Товары, товарные марки, упаковка	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, Интернет-ресурсам), подготовка к контрольным испытаниям. Подготовка к контрольным испытаниям. Выполнение реферата.	5,1
7.	6	Маркетинговая коммуникация	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, Интернет-ресурсам), подготовка к контрольным испытаниям. Подготовка к контрольным испытаниям. Выполнение реферата.	5
<b>Итого</b>				<b>35,1</b>

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Рекомендуемая литература

№ п/п	Вид издания	Выходные данные	Количество экземпляров
1.	Учебное пособие	<b>Морозов, Ю.В.</b> Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Морозов. - 8-е изд., испр. и доп. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2016. - 148 с. - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93309/">https://e.lanbook.com/reader/book/93309/</a> , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02156-5.	Неограниченный доступ
2.	Учебное пособие	<b>Котлер, Ф.</b> Основы маркетинга. Краткий курс [Текст] / Ф. Котлер ; Пер. с англ. - М. : Вильямс, 2010. - 656 с. : ил. - ISBN 978-5-8459-0376-1. - вин310 : 299-00.	98
3.	Учебник для вузов	<b>Миротин, Л.Б.</b> Маркетинг на транспорте [Текст] : учебник для вузов / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский. - М. : Академия, 2013. - 272 с. - (Высшее профессиональное образование. Транспорт. Бакалавриат). - ISBN 978-5-7695-8828-0.	12
4.	Учебник для вузов	<b>Гавриленко, Н.И.</b> Маркетинг [Текст] : учебник для вузов / Н. И. Гавриленко. - 3-е изд., стереотип. - М. : Академия, 2013. - 192 с. - (Высшее профессиональное образование. Бакалавриат. Экономика и управление). - ISBN 978-5-7695-9743-5. - К115 : 423-28.	30
5.	Учебник для вузов	<b>Маркетинг</b> [Текст] : учебник для бакалавров / Кондратенко Н.М., ред. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2014. - 542 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - ISBN 978-5-9916-2075-8. - к115 : 449-02.	10
6.	учебное пособие	<b>Шиловский, В.Н.</b> Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / В. Н. Шиловский, А. В. Питухин, В. М. Костюкевич. - Электрон. дан. - СПб. : Лань, 2015. - 272 с. : ил. - (Учебник для вузов. Специальная литература). - Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/reader/book/56615/">http://e.lanbook.com/reader/book/56615/</a> , требуется регистрация. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-8114-1835-0.	Неограниченный доступ
7.	Учебное пособие	<b>Дробышева, Л.А.</b> Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2017. - 152 с. - (Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°"). - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93471/">https://e.lanbook.com/reader/book/93471/</a> , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02732-1.	Неограниченный доступ
8.	Учебник для вузов	<b>Ким, С.А.</b> Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки "Экономика и управление" / С. А. Ким. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2017. - 260 с. - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93392/">https://e.lanbook.com/reader/book/93392/</a> , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02014-8.	Неограниченный доступ
9.	Учебник для вузов	<b>Цахаев, Р.К.</b> Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2017. - 552 с. - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93523/">https://e.lanbook.com/reader/book/93523/</a> , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02746-8.	Неограниченный доступ
10.	Учебник для вузов	<b>Синяева, И.М.</b> Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебник для бакалавриата и специалистов вузов / И. М. Синяева, С. В. Земляк. - 5-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2017. - 268 с. - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>	Неограниченный доступ

		/reader/book/93409/, требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5&394-02393-4.	
11.	Учебное пособие	<b>Романов, А.А.</b> Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2016. - 440 с. - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93316/">https://e.lanbook.com/reader/book/93316/</a> , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-01311-9.	Неограниченный доступ
12.	Учебник для вузов	<b>Нуралиев, С.У.</b> Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2016. - 362 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93332/">https://e.lanbook.com/reader/book/93332/</a> , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02115-2.	Неограниченный доступ
13.	Практикум	<b>Синяева, И.М.</b> Практикум по маркетингу [Электронный ресурс] / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - 5-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2016. - 240 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/reader/book/77281/">http://e.lanbook.com/reader/book/77281/</a> , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02680-6.	Неограниченный доступ
14.	краткий толковый словарь	<b>Маркетинг</b> [Электронный ресурс] : краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Перцовский Н.И., сост. - 3-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2016. - 140 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/reader/book/77280/">http://e.lanbook.com/reader/book/77280/</a> , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02672-0.	Неограниченный доступ
15.	словарь	<b>Словарь финансово-экономических терминов</b> [Электронный ресурс] / Эскиндаров М.А., ред. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2017. - 1168 с. - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/91226/">https://e.lanbook.com/reader/book/91226/</a> , требуется регистрация. - Загл. с экрана. - Яз. рус. - ISBN 978-5-394-02801-4.	Неограниченный доступ
16.	Монография	<b>Горнштейн, М.Ю.</b> Современный маркетинг [Электронный ресурс] : монография / М. Ю. Горнштейн. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2017. - 404 с. - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/103736/#2">https://e.lanbook.com/reader/book/103736/#2</a> , требуется регистрация. - Загл. с экрана. - Яз. рус. - ISBN 978-5-394-02909-7.	Неограниченный доступ
17.	Учебник для вузов	<b>Управление маркетингом</b> [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Карпова С.В., ред. ; Тюрина Д.В., ред. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2017. - 366 с. - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/103724/#2">https://e.lanbook.com/reader/book/103724/#2</a> , требуется регистрация. - Загл. с экрана. - Яз. рус. - ISBN 978-5-394-02790-1.	Неограниченный доступ
18.	Учебник для вузов	<b>Годин, А.М.</b> Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки "Экономика", "Менеджмент" / А. М. Годин. - 12-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2017. - 656 с. - (Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°"). - Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/105549/#2">https://e.lanbook.com/reader/book/105549/#2</a> , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02540-2.	Неограниченный доступ

#### 6.4. Лицензионное программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Сведения о правообладателе (лицензиат, номер лицензии, дата выдачи, срок действия) и заключенном с ним договоре
Windows Prof 7 Academic Open License	Майкрософт, 47105956, 30.06.2010, постоянная
Microsoft Office 2010 Russian Academic Open License	Майкрософт, 47105956, 30.06.2010, постоянная
Microsoft Windows SL 8.1 Russian Academic Open License	Майкрософт, 64407027, 25.11.2014, постоянная
Microsoft Office 2013 Russian Academic Open License	Майкрософт, 64407027, 25.11.2014, постоянная
Microsoft Exchange Standard 2007 Academic Device CAL	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft Windows Server Academic Device CALЭ	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft SQL Server Standard Edition Academic	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft Exchange Server Standard Edition Academic	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft Windows Terminal Svcs Device CAL	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft Windows Server Standard 2008 Academic	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft Windows Server Standard 2008 R2 Academic	Майкрософт, 48946846, 24.08.2011, постоянная
Microsoft Forefront TMG Standard 2010	Майкрософт, 48946846, 24.08.2011, постоянная
Microsoft Windows Server Standard 2012 Academic	Майкрософт, 61149292, 15.11.2012, постоянная
SunRavBookOffice	SunRavSoftware, 25.04.2012, постоянная
SunRavTestOfficePro	SunRavSoftware, 25.04.2012, постоянная
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 250-499Node 1 year Educational Renewal License	ООО «ДримСофт», договор №111 от 18.03.2021, 1 год, лицензионный договор № 99 о передаче неисключительных авторских прав от 18.03.2021

## 7. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Аудитория 302, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, ноутбук ASUS X553M N3450/4G/500gb/; Аудитория 401, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, Intel Pentium G3260/4gb/500gb	Windows 8.1 (OEM license), Office 2007, Microsoft Open License 64407027,47105956; Windows 7, Office 2007, Microsoft Open License 64407027,47105956
Учебные аудитории для проведения лабораторно-практических занятий и занятий семинарского типа	Аудитория 302, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, ноутбук ASUS X553M N3450/4G/500gb/; Аудитория 401, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, Intel Pentium G3260/4gb/500gb	Windows 8.1 (OEM license), Office 2007, Microsoft Open License 64407027,47105956; Windows 7, Office 2007, Microsoft Open License 64407027,47105956
Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) и самостоятельной работы	Аудитория 257, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Электронный читальный зал на 12 бездисковых терминальных станций с выходом в Интернет и ЭИОС ФГБОУ ВО Костромской ГСХА; Аудитория 268, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, ПК Pentium G630/2/500 13шт. с выходом в Интернет и ЭИОС ФГБОУ ВО Костромской ГСХА	Windows XP, Office 2003, Open Office 3.3, Microsoft Open License, 64407027,47105956; Office 2003, Mozilla, OpenOffice, Windows Server 2003r2; Windows 7, Office 2010, Mathcad 14, Microsoft Open License, 64407027,47105956
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Аудитория 302, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, ноутбук ASUS X553M N3450/4G/500gb/; Аудитория 401, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, Intel Pentium G3260/4gb/500gb	Windows 8.1 (OEM license), Office 2007, Microsoft Open License 64407027,47105956; Windows 7, Office 2007, Microsoft Open License 64407027,47105956

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по специальности 23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства, направленности «Автомобили и тракторы».

Составитель (и)  
Заведующий кафедрой  
экономики, управления  
и техносферной безопасности \_\_\_\_\_ Т.М. Василькова

Заведующий кафедрой  
экономики, управления  
и техносферной безопасности \_\_\_\_\_ Т.М. Василькова