

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Документ подписан проректором по ОД
Информация о владельце: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
ФИО: Игнатенко Виталий Иванович
Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике
Дата подписания: 13.10.2023 06:15:50
Уникальный программный ключ: a49ae343af5448d45d7e3e1e499659da8109ba78
«Заочный государственный университет им. Н.М. Федоровского»
(ЗГУ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по ОД
_____ Игнатенко В.И.

Анализ прогнозирования рыночной конъюнктуры рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономика, менеджмент и организация производства**

Учебный план 02.06.2022 бак.-очн. 38.03.01_ЭК-2022.plx
Направление подготовки: Экономика

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе: Виды контроля в семестрах:
аудиторные занятия 64 зачеты 4
самостоятельная работа 44

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	44	44	44	44
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.э.н., доцент А. И. Мониц _____

Рабочая программа дисциплины

Анализ прогнозирования рыночной конъюнктуры

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от г. №

Срок действия программы: уч.г.

Зав. кафедрой к.э.н., доцент А.И. Мониц

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент А.И. Мониц _____ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2023 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент А.И. Мониц

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент А.И. Мониц _____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2024 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент А.И. Мониц

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент А.И. Мониц _____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент А.И. Мониц

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент А.И. Мониц _____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент А.И. Мониц

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целью изучения дисциплины «Анализ прогнозирования рыночной конъюнктуры» является овладение методикой расчета прогнозов и анализа конъюнктуры рынка.
1.2	Задачи дисциплины «Анализ прогнозирования рыночной конъюнктуры»: - формирование у обучающихся методологии изучения рынка и его конъюнктуры; - формирование у обучающихся практических навыков по разработке и расчету прогнозов, решению задач по анализу прогнозирования рыночной конъюнктуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Деньги, кредит, банки
2.1.2	Статистика
2.1.3	Теория вероятностей и математическая статистика
2.1.4	Математический анализ
2.1.5	Финансы и финансовые системы
2.1.6	Экономическая теория (микроэкономика, макроэкономика)
2.1.7	Аналитическая геометрия и линейная алгебра
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Цифровые финансы и банки
2.2.2	Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.4	Производственная (преддипломная) практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-2: Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;	
Знать:	
Уровень 1	параметры рыночной конъюнктуры, на основе которых можно оценить состояние рынка составить прогноз развития рыночной конъюнктуры
Уметь:	
Уровень 1	осуществлять сбор и обработку аналитических данных для определения основных экономических показателей, характеризующих рыночную конъюнктуру;
Владеть:	
Уровень 1	терминологическим аппаратом теории анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков;
ОПК-3: Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;	
Знать:	
Уровень 1	факторы микро- и макроэкономической среды; факторы, влияющие на поведение хозяйствующих субъектов, продавцов и покупателей на различных рынках
Уметь:	
Уровень 1	оценивать влияние макроэкономической среды на функционирование органов государственного и муниципального управления, организаций и домохозяйств; анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса
Владеть:	
Уровень 1	методами и приемами анализа экономических явлений и процессов на микро- и макроуровне
В результате освоения дисциплины обучающийся должен	
3.1	Знать:
3.1.1	основные категории теории анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков; функции, типологию и структуру рынков, содержание, направления и показатели конъюнктурного анализа и прогнозирования товарного рынка;
3.1.2	основные параметры рыночной конъюнктуры (емкость рынка, конкурентоспособность товара, услуги, хозяйствующего субъекта, региона; и пр.);

3.1.3	процедуру и правила составления бухгалтерских, финансовых, статистических форм сбора данных для изучения показателей рыночной конъюнктуры;
3.1.4	параметры рыночной конъюнктуры, на основе которых можно оценить состояние рынка составить прогноз развития рыночной конъюнктуры;
3.1.5	назначение и особенности различных методов сбора информации, проведения анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков; процедуру и правила составления форм сбора данных для изучения рыночных процессов и явлений в хозяйствующих субъектах.
3.2	Уметь:
3.2.1	осуществлять сбор и обработку аналитических данных для определения основных экономических показателей, характеризующих рыночную конъюнктуру;
3.2.2	использовать информацию, полученную в результате рыночных исследований для обоснования управленческих решений;
3.2.3	применять различные подходы к исследованию состояния рынка; оценивать состояние конъюнктуры рынка, анализировать и прогнозировать рыночную конъюнктуру;
3.2.4	осуществлять поиск, сбор, систематизацию и обработку информации о конъюнктуре товарного рынка; разрабатывать формы для сбора данных о различных параметрах рыночной конъюнктуры.
3.3	Владеть:
3.3.1	терминологическим аппаратом теории анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков;
3.3.2	методикой оценки тен-денций и перспектив развития рынка на основе ключевых параметров рыночной конъюнктуры;
3.3.3	методами исследования, анализа, прогнозирования рыночной конъюнктуры;
3.3.4	методикой сбора и обработки информации для проведения конъюнктурного исследования реальных и денежных рынков.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте пакт.	Примечание
	Раздел 1. семестр 8						
1.1	Тема 1. Предмет и метод конъюнктурных исследований и методов прогнозирования /Лек/	4	4	ОПК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.2	Изучение конъюнктуры рынка - составная часть маркетинговой деятельности. Современные фонды проявления рыночных отношений. Классификация рынков. Характерные особенности экономической конъюнктуры рынка. Рыночные факторы и их учет - важнейшие условия для оценки перспектив развития производства товаров (услуг), сбыта, увеличения прибыли, совершенствования технико-экономической и финансовой работы предприятия в условиях рыночных отношений и методов прогнозирования. /Пр/	4	4	ОПК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.3	Тема 1. Предмет и метод конъюнктурных исследований и методов прогнозирования /Ср/	4	6	ОПК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.4	Тема 2. Условия формирования и развития экономической конъюнктуры. Методические основы выбора критериев и показателей рыночной конъюнктуры. /Лек/	4	4	ОПК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	

1.5	Общие условия формирования конъюнктуры рынка. Схема фаз цикла воспроизводства — основа конъюнктурных колебаний. Условия развития экономической конъюнктуры и их классификация. Содержание понятий "критерий" и "показатель", их отличительные признаки и классификация. Методические основы выбора критериев и показателей рыночной конъюнктуры, практика использования их предприятием при анализе рыночных проблем. Методы включения показателей рыночной конъюнктуры в планы-прогнозы и бизнес-планы предприятия, условия неопределённости, их виды. /Пр/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.6	Тема 2. Условия формирования и развития экономической конъюнктуры. Методические основы выбора критериев и показателей рыночной конъюнктуры. /Ср/	4	5	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.7	Тема 3. Спрос и предложение, вероятностные оценки их отношений. Ёмкость рынка. /Лек/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.8	Понятие "спрос" и "предложение", вероятностные оценки их отношений. Рыночное равновесие и факторы его обуславливающие. Соотношение между спросом и предложением - основной показатель рыночной конъюнктуры. Замеры и прогнозирование спроса. Принципы формирования и методы сбалансированности спроса и предложения. "Кривая спроса" и факторы ее изменения. Ценовая эластичность спроса и предложения. Ёмкость рынка. /Пр/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.9	Тема 3. Спрос и предложение, вероятностные оценки их отношений. Ёмкость рынка. /Ср/	4	6	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.10	Тема 4. Вопросы ценообразования в теории и практике экономической конъюнктуры как мера устойчивости рынка. /Лек/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.11	Классификация ценообразующих факторов и их влияния на формирования рыночной конъюнктуры. Виды и экономическая характеристика цен, методология и этапы определения их рыночного уровня. Влияние монополий на установление цены. Влияние конкуренции на цены. Административные и экономические методы регулирования рыночных цен. Система ценообразования, основные виды ценовой стратегии. Практические рекомендации по установлению выгодной для предприятия цены производимого товара (услуги) и выбору стратегии ценообразования на перспективу. /Пр/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	

1.12	Тема 4. Вопросы ценообразования в теории и практике экономической конъюнктуры как мера устойчивости рынка. /Ср/	4	5	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.13	Тема 5. Организационные предпосылки конъюнктурных исследований товарных рынков /Лек/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.14	Системный подход к исследованию товарного рынка. Информационное обеспечение конъюнктурных исследований. Система маркетинговой информации (отечественный и зарубежный опыт). Технология полевых рыночных исследований. Виды рыночных конъюнктурных исследований. Использование результатов комплексного изучения товарного рынка при разработке перспективной сбытовой программы предприятия. /Пр/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.15	Тема 5. Организационные предпосылки конъюнктурных исследований товарных рынков /Ср/	4	5	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.16	Тема 6. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка. Методы и модели построения прогнозных тенденций. /Лек/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.17	Прогноз конъюнктуры: понятие прогноза и цели прогнозирования: разновидности прогнозов конъюнктуры, методы прогнозирования (прогнозирование элементов рынка методом экстраполяции динамических рядов; прогнозирование элементов рынка методом интерполяции динамических рядов; прогнозирование элементов рынка с использованием коэффициентов эластичности спроса; прогнозирование элементов рынка с помощью экономико-математических моделей; прогнозирование элементов рынка с использованием структурного моделирования; прогнозирование элементов рынка методом экспертных оценок), методика прогноза конъюнктуры. Конъюнктурные обзоры, их структура и практика разработки. /Пр/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.18	Тема 6. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка. Методы и модели построения прогнозных тенденций. /Ср/	4	6	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.19	Тема 7. Оценка производственно-ресурсных и экспортных возможностей предприятия; статистическая матрица возможностей /Лек/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	

1.20	Показатели, характеризующие экономический потенциал предприятия и его финансовую деятельность. Анализ стратегии предпринимательской, оценка качества маркетинговой и коммерческой работы на предприятии. Анализ организационной и плановой системы предприятия и его информационной инфраструктуры. Характеристика конкурентной позиции предприятия. /Пр/	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.21	Тема 7. Оценка производственно-ресурсных и экспортных возможностей предприятия; статистическая матрица возможностей /Ср/	4	5	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.22	Тема 8. Использование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в формировании выгодной для предприятия конъюнктуры рынка. Оценка надёжности прогноза; вероятностная его оценка по	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.23	Важнейшие элементы товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики, их классификация и характеристика, а также политика использования в формировании выгодной для предприятия рыночной конъюнктуры.	4	4	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.24	Тема 8. Использование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в формировании выгодной для предприятия конъюнктуры рынка. Оценка надёжности прогноза; вероятностная его оценка по	4	6	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.25	/Зачёт/	4	0	ОПК-3 ОПК -2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Контрольные вопросы к зачету

1. Понятие рынка, классификация рынков. Конъюнктура рынка как составная часть маркетинговой деятельности.
2. Характерные особенности экономической конъюнктуры рынка.
3. Рыночные факторы и их учет как важнейшие условия для оценки перспектив развития производства товаров (услуг), сбыта, увеличения прибыли.
4. Схема фаз цикла воспроизводства как основа конъюнктурных колебаний.
5. Условия развития экономической конъюнктуры и их классификация.
6. Методические основы выбора критериев и показателей рыночной конъюнктуры, практика использования их предприятием при анализе рыночных проблем.
7. Методы включения показателей рыночной конъюнктуры в планы-прогнозы и бизнес-планы предприятия, условия неопределённости, их виды.
8. Понятие "спрос" и "предложение", вероятностные оценки их отношений. Рыночное равновесие и факторы его обуславливающие.
9. Соотношение между спросом и предложением как основной показатель рыночной конъюнктуры. Замеры и прогнозирование спроса. Принципы формирования и методы сбалансированности спроса и предложения.
10. Классификация ценообразующих факторов и их влияния на формирования рыночной конъюнктуры.
11. Виды и экономическая характеристика цен, методология и этапы определения их рыночного уровня.
12. Административные и экономические методы регулирования рыночных цен.
13. Система ценообразования, основные виды ценовой стратегии.
14. Системный подход к исследованию товарного рынка.
15. Информационное обеспечение конъюнктурных исследований.
16. Виды рыночных конъюнктурных исследований.
17. Использование результатов комплексного изучения товарного рынка при разработке перспективной сбытовой программы предприятия.
18. Формы и методы анализа конъюнктуры и ее показатели.
19. Прогноз конъюнктуры: понятие прогноза и цели прогнозирования: разновидности прогнозов конъюнктуры.

20. Методы прогнозирования (прогнозирование элементов рынка методом экстраполяции динамических рядов; прогнозирование элементов рынка методом интерполяции динамических рядов; прогнозирование элементов рынка с использованием коэффициентов эластичности спроса; прогнозирование элементов рынка с помощью экономико-математических моделей; прогнозирование элементов рынка с использованием структурного моделирования; прогнозирование элементов рынка методом экспертных оценок).
21. Методика прогноза конъюнктуры. Конъюнктурные обзоры, их структура и практика разработки.
22. Общая характеристика и последовательность изучения производственно -ресурсных и экспортных возможностей предприятия.
23. Важнейшие элементы товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики, их классификация и характеристика.
24. Политика использования в формировании выгодной для предприятия рыночной конъюнктуры.
5.2. Темы письменных работ
5.3. Фонд оценочных средств
ФОС расположен в разделе «Сведения об образовательной организации» подраздел «Образование» официального сайта ЗГУ http://polaruniversity.ru/sveden/education/eduop/ Самостоятельная работа (Приложение 1)
5.4. Перечень видов оценочных средств

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Карпова Н. В.	Маркетинг: допущено УМО вузов в качестве учеб. пособия для студентов вузов	Старый Оскол: ТНТ, 2015	8
Л1.2	Синицына О.Н.	Маркетинг: допущено Советом УМО в качестве учеб. пособия для бакалавров	М.: Кнорус, 2016	10
Л1.3	Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е.	Маркетинговые исследования: допущено УМО в качестве учеб. пособия для студентов бакалавриата	М.: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2015	5
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Секерин В. Д.	Основы маркетинга: учеб. пособие; допущено УМО по образованию в качестве учеб. пособия для студентов вузов	М.: Кнорус, 2013	10
Л2.2	под ред. Е.М. Слепенковой	Маркетинговый анализ компаний на российских рынках: сборник научных студенческих статей	М.: Проспект, 2016	1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Онлайн платформа ЗГУ (https://learn.norvuz.ru/)			
Э2	Электронная библиотека ЗГУ (http://biblio.norvuz.ru/MarcWeb2/Default.asp)			
Э3	Электронно-библиотечная система Лань (https://e.lanbook.com)			
Э4	Цифровая библиотека IPRsmart (https://www.iprbookshop.ru)			
6.3.1 Перечень программного обеспечения				
6.3.1.1	MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)			
6.3.1.2	MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)			
6.3.1.3	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем				
6.3.2.1	Электронная библиотека ЗГУ (http://biblio.norvuz.ru/MarcWeb2/Default.asp)			
6.3.2.2	Электронно-библиотечная система Лань (https://e.lanbook.com)			
6.3.2.3	Цифровая библиотека IPRsmart (https://www.iprbookshop.ru)			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	<p>Ауд. 422 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских, интерактивных занятий, самостоятельной работы, курсового проектирования, компьютерный, мультимедийный класс (посадочных мест – 19).</p> <p><u>Компьютерная техника:</u> 5 Моноблоков Intel Atom D525 1.80GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 160 Гб) интерактивная доска iRU, 1 проектор NEC UM361x, 1 проектор Panasonic vx510 хга</p> <p><u>Лицензионное ПО:</u> MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) RMeasiteach Next Generation (Номер лицензии 1SV-367)</p> <p><u>Бесплатное ПО:</u> Adobe Reader XI AutoCAD Education 2012 (версия для образовательных учреждений)</p>
7.2	<p>Ауд. 428 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских занятий, самостоятельной работы, курсового проектирования, компьютерный класс, мультимедийный класс (посадочных мест – 30).</p> <p><u>Компьютерная техника:</u> 10 моноблоков (Intel Celeron J1800 2.41GHz, 4Гб ОЗУ, HDD 500 Гб) проектор Panasonic PT-LB60NTE</p> <p><u>Лицензионное ПО:</u> MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2010 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Access 2010 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) ABBYY FineReader 10 (Номер лицензии 94965 от 25.08.2010) CorelDraw Graphics Suite X5 (Номер лицензии 4069593 от 28.07.2010)</p> <p><u>Бесплатное ПО:</u> Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений) 1С: Предприятие (учебная версия) ArchiCAD 15 (версия для образовательных учреждений)</p>
7.3	<p>Ауд. 424 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских занятий, самостоятельной работы, курсового проектирования, компьютерный класс, мультимедийный класс (посадочных мест – 30).</p> <p><u>Компьютерная техника:</u> 10 моноблоков (Intel Celeron J1800 2.41GHz, 4Гб ОЗУ, HDD 500 Гб) проектор Panasonic PT-LB60NTE</p> <p><u>Лицензионное ПО:</u> MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2010 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Access 2010 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) ABBYY FineReader 10 (Номер лицензии 94965 от 25.08.2010) CorelDraw Graphics Suite X5 (Номер лицензии 4069593 от 28.07.2010)</p> <p><u>Бесплатное ПО:</u> Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений) 1С: Предприятие (учебная версия) ArchiCAD 15 (версия для образовательных учреждений)</p>
7.4	<p>Ауд. 209 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских занятий, мультимедийный класс, «Музейная аудитория» (посадочных мест – 45)</p> <p>Компьютерная техника 1 проектор Panasonic PT-LB60NTE</p> <p>Лицензионное ПО MS Windows XP (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Access 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) CorelDraw Graphics Suite X5 (Номер лицензии 4069593 от 28.07.2010)</p>
7.5	<p>Ауд. 503 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских занятий, компьютерный, мультимедийный класс (посадочных мест – 33)</p> <p><u>Компьютерная техника</u> 9 компьютеров (Intel Core 2 Duo E7200 2.53GHz, 3Гб ОЗУ, HDD 320 Гб), 1 проектор acer p1265</p> <p><u>Лицензионное ПО</u> MS Windows XP (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Access 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) Mathlab R2010b (Номер лицензии 622090 от 23.12.2009) Компас-3D v12 (Номер лицензионного соглашения Кк-10-01126)</p> <p><u>Бесплатное ПО</u> Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений) AutoCAD Education 2012 (версия для образовательных учреждений)</p>
7.6	<p>Ауд. 524 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских, интерактивных занятий, мультимедийный класс (посадочных мест – 42)</p> <p><u>Компьютерная техника</u> 1 компьютер (Intel Core i3-2120 3.30GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 250 Гб) интерактивная доска iRU, 1 проектор NEC UM361x</p> <p><u>Лицензионное ПО</u> MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) RMeasiteach Next Generation (Номер лицензии 1SV-367)</p>

7.7	Ауд. 309 - аудитория для проведения лекционных, практических, семинарских, интерактивных занятий, мультимедийный класс (посадочных мест – 36) <u>Компьютерная техника</u> 1 компьютер (Intel Pentium G620 2.60GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 250 Гб), 1 интерактивная доска iRU, 1 проектор NEC, 1 проектор Panasonic pt-lb60nte <u>Лицензионное ПО</u> MS Windows XP (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Office Standard 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) MS Access 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013) RMeasiteach Next Generation (Номер лицензии 1SV-367)
7.8	Помещения библиотеки ЗГУ – зал электронной информации <i>Специализированная (учебная) мебель: 12 столов компьютерных, 2 стеллажа с литературой; технические средства: 12 персональных компьютеров, мультимедийный проектор стационарный, экран проекционный; наглядные пособия. Выход в интернет, в том числе через wi-fi. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.</i>

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
