

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Документ подписан проставлен в информационном поле
Информация о владельце: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
ФИО: Игнатенко Виталий Иванович высшего образования
Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике
Дата подписания: 13.10.2023 06:20:12 «Заполярье» государственный университет им. Н.М. Федоровского»
Уникальный программный ключ: (ЗГУ)
a49ae343af5448d45d7e3e1e499659da8109ba78

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 38.03.01_бак-очн_ЭК-2023.plx
Направление подготовки: Экономика

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 64
самостоятельная работа 44

Виды контроля в семестрах:
зачеты 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	уп	рп		
Неделя	16			
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 *Е.В. Трифонов* _____

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 *Н.А. Торгашова*

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова __ _____ 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 Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова __ _____ 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 Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова __ _____ 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 Н.А. Торгашова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., доцент Н.А. Торгашова __ _____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от __ _____ 2027 г. № __
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения дисциплины «Анализ прогнозирования рыночной конъюнктуры» является овладение методикой расчета прогнозов и анализа конъюнктуры рынка.
1.2	
1.3	Задачи дисциплины «Анализ прогнозирования рыночной конъюнктуры»:
1.4	- формирование у обучающихся методологии изучения рынка и его конъюнктуры;
1.5	- 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:
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Учебная (ознакомительная) практика
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
2.2.5	Учебная (ознакомительная) практика
2.2.6	Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика
2.2.7	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.8	Производственная (преддипломная) практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-3.2: Способен анализировать, прогнозировать и содержательно объяснять природу экономических процессов при формировании рыночной конъюнктуры

Знать:

Уметь:

Владеть:

ОПК-2.6: Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для анализа и прогнозирования рыночной конъюнктуры

Знать:

Уметь:

Владеть:

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.
3.1.6	
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.
3.3.5	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. семестр 8						
1.1	Тема 1. Предмет и метод конъюнктурных исследований и методов прогнозирования /Лек/	4	4	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.3	Тема 1. Предмет и метод конъюнктурных исследований и методов прогнозирования /Ср/	4	6	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.4	Тема 2. Условия формирования и развития экономической конъюнктуры. Методические основы выбора критериев и показателей рыночной конъюнктуры. /Лек/	4	4	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.6	Тема 2. Условия формирования и развития экономической конъюнктуры. Методические основы выбора критериев и показателей рыночной конъюнктуры. /Ср/	4	5	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.7	Тема 3. Спрос и предложение, вероятностные оценки их отношений. Ёмкость рынка. /Лек/	4	4	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.9	Тема 3. Спрос и предложение, вероятностные оценки их отношений. Ёмкость рынка. /Ср/	4	6	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.10	Тема 4. Вопросы ценообразования в теории и практике экономической конъюнктуры как мера устойчивости рынка. /Лек/	4	4	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.12	Тема 4. Вопросы ценообразования в теории и практике экономической конъюнктуры как мера устойчивости рынка. /Ср/	4	5	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.13	Тема 5. Организационные предпосылки конъюнктурных исследований товарных рынков /Лек/	4	4	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.15	Тема 5. Организационные предпосылки конъюнктурных исследований товарных рынков /Ср/	4	5	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.16	Тема 6. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка. Методы и модели построения прогнозных тенденций. /Лек/	4	4	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.18	Тема 6. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка. Методы и модели построения прогнозных тенденций. /Ср/	4	6	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.19	Тема 7. Оценка производственно-ресурсных и экспортных возможностей предприятия; статистическая матрица возможностей /Лек/	4	4	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.21	Тема 7. Оценка производственно-ресурсных и экспортных возможностей предприятия; статистическая матрица возможностей /Ср/	4	5	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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 доверительной вероятности. /Лек/	4	4	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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. /Пр/	4	4	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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 доверительной вероятности. /Ср/	4	6	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.25	/Зачёт/	4	0	ОПК-3.2 ОПК-2.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4	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

Самостоятельная работа (Приложение 1)

ФОС расположен в разделе «Сведения об образовательной организации» подраздел «Образование» официального сайта ЗГУ <http://polaruniversity.ru/sveden/education/eduop/>

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 Office Standard 2013 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)			
6.3.1.2	MS Windows XP (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)			
6.3.1.3	Ramus Educational (учебная версия)			
6.3.1.4	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)			
6.3.1.5	MS Access 2007 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)			
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)			
6.3.2.4	Зарубежные электронные ресурсы издательства SpringerNature:			
6.3.2.5	Springer Journals (http://link.springer.com)			
6.3.2.6	Nature Journals (https://www.nature.com/siteindex)			
6.3.2.7	Springer Nature Experiments (https://experiments.springernature.com/)			
6.3.2.8	Springer Materials (http://materials.springer.com/)			
6.3.2.9	zbMATH (http://zbmath.org)			
6.3.2.10	Nano Database (https://nano.nature.com/)			
6.3.2.11	Зарубежный электронный ресурс издательства Elsevier: ScienceDirect (https://www.sciencedirect.com/) Freedom Collection (https://www.sciencedirect.com/) Freedom Collection eBook collection (https://www.sciencedirect.com/)			
6.3.2.12	Международная реферативная база данных Scopus: Scopus (SciVerse Scopus) (http://www.scopus.com)			
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
7.1	Аудитория: 424 –			
7.2	компьютерный, мультимедийный класс (моноблок Acer e Machines EZ1711 – 8 комплектов); (проектор в комплекте Panasonic PT-vx51; экран настенный; 1 компьютер (Intel Pentium(R) G630 2.70GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 160 Гб) (для преподавателя))			

7.3	Аудитория: 424 –
7.4	мультимедийный класс - персональный компьютер LG в комплекте (для преподавателя) (Intel Atom D525 1.80GHz, 2Гб ОЗУ, HDD 160 Гб) ; мультимедийный проектор Panasonic; экран с электроприводом настенный; интерактивный экран; проектор Epson EB-485Wi широкоугольный ультракороткоф. интерактивный))

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