

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Факультет экономических и социальных наук

Кафедра менеджмента и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой менеджмента и
предпринимательства

Протокол от «30» марта 2021 г.

№ 11/02-05-02/21

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.15 Управление продажами**

по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки
«Управление в малом и среднем бизнесе»

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора - 2021

Москва, 2021 г.

Автор—составитель:

старший преподаватель кафедры менеджмента и предпринимательства Доробат Драгош

Зав. кафедрой менеджмента и предпринимательства:

К.э.н. Ицаков Е.Д.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2.	Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	7
3.	Содержание и структура дисциплины.....	8
4.	Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	10
5.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	17
6.	Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	17
6.1.	Основная литература.....	17
6.2.	Дополнительная литература.....	18
6.3.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	18
6.4.	Нормативные правовые документы.....	18
6.5.	Интернет-ресурсы.....	18
6.6.	Иные источники.....	18
7.	Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	18

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1 Дисциплина «Управление продажами (Sales Management)» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-3	Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.1	Способность позиционировать себя перед коллективом

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Деятельность по организации корпоративной социальной политики (профессиональный стандарт "Специалист по управлению персоналом")	УК ОС-3.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • уровни иерархии управления и принятия решений • правовые аспекты товарных знаний • правовые аспекты рекламной деятельности в России • принципы управления социальными стереотипами потребителей • методы анализа информации для разработка маркетингового решения, связанного с концепцией бренда • тип, источник необходимой информации о бренде, возможности и ограничения в ее получении • основные формы корпоративной социальной ответственности <p>на уровне умений:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • применять методы осуществления контроля за ходом и итогами выполнения принимаемых решений • составить процедуры, обеспечивающие базовые процессы • оценивать ограничения и преимущества современных концепций мотивации, лидерства и власти • анализировать современные концепции мотивации, лидерства и власти • выделить базовые процессы организации • анализировать маркетинговую среду бренда в стандартной ситуации • разрабатывать концепции позиционирования на уровне навыков: • анализа этапов эволюции управленческой мысли • методами анализа информации в стандартных ситуациях • навыками самостоятельного сбора и анализа информации для принятия маркетингового решения, связанного с бренд-менеджментом • мотивирования участников групповой работы • оценки условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений • владеть навыками разработки технологической документации • разрешения конфликтных ситуаций
--	--	---

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины – 2 з.е. (72 часа), из них количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 36, в том числе:

- Практическая подготовка – 36.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 36. Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.15 «Управление продажами» - обязательная дисциплина вариативной части ОП ВО бакалавриата. Дисциплина «Управление продажами» изучается на 2 и 3 триместрах 1 курса.

Курс «Управление продажами» опирается на содержание дисциплин «Бизнес-планирование», «Философия предпринимательства», «Введение в бизнес среду». Содержание дисциплины «Управление продажами» выступает опорой для следующих курсов: «Логистика», «Управление поставками и сбытом», «Основы прогнозирования социально-экономических процессов».

Формой промежуточной аттестации по дисциплине в соответствии с учебным планом является зачет в 3 триместре 1 курса.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 2.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости и **, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КС Р		
Очная форма обучения								
Тема 1	Введение в предмет. Основные понятия	10			5		5	Контрольное задание
Тема 2	Построение модели продаж в проекте	10			5		5	Контрольное задание
Тема 3	Построение прогноза продаж	10			5		5	Контрольное задание
Тема 4	Мотивирование в отделе продаж	10			5		5	Контрольное задание

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости и **, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КС Р		
Очная форма обучения								
Тема 5	Работа с ключевыми клиентами организации. Выстраивание системы продаж по телефону	8			4		4	Контрольное задание
Тема 6	Ценообразование в продажах и тендерная деятельность	8			4		4	Контрольное задание
Тема 7	Деловая переписка в продажах. Завершение продажи, ведение договорной работы	8			4		4	Контрольное задание
Тема 8	Переговоры и презентация продукта в проектной деятельности	8			4		4	Контрольное задание
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72			36		36	

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в предмет. Основные понятия

Основные понятия курса. "Холодные" и "горячие продажи". Каналы продаж. Основные цели отдела продаж в компании. Основные проблемы отдела продаж в компании. Основные виды продаж. Факторы, влияющие на продажи. Компоненты продаж.

Тема 2. Построение модели продаж в компании

Модели продаж в компании. Процесс построение отдела продаж. Миссия и цели отдела продаж. Аудит отдела продаж существующей компании. Трудности в построении отдела продаж.

Тема 3. Построение прогноза продаж

Цели планирования продаж в компании. Виды планов продаж. Этапы внедрения планов продаж в компанию. Контроль за планами продаж. Расширенный прогноз продаж и консолидированный отчет.

Тема 4. Мотивирование в отделе продаж

Материальная и нематериальная мотивация в отделе продаж. Составление договора о материальной мотивации. Доход менеджера и руководителя в отделе продаж. Условный годовой доход. Постоянная и переменная часть дохода менеджера. Ограничитель и акселератор. Бонусная часть дохода менеджера по продажам. Составление договора о материальной мотивации руководителя.

Тема 5. Работа с ключевыми клиентами организации. Выстраивание системы продаж по телефону

Понятие ключевого клиента организации. Работа с ключевыми клиентами. Механизм работы с ключевыми клиентами. Мотивы ключевых клиентов. "Холодные" и "горячие" звонки. Правила ведения переговоров с клиентами по телефону.

Тема 6. Ценообразование в продажах и тендерная деятельность

Работа с ценой товара, продукта и услуги. Выстраивание переговорного процесса с учетом цены товара, работы, услуги. тендерная деятельность компании. Использование 223-ФЗ и 44-ФЗ для увеличения продаж компании.

Тема 7. Деловая переписка в продажах. Завершение продажи, ведение договорной работы

Правила ведения деловой переписки. Использование традиционной почты для продажной деятельности, использование каталогов. Использование электронной почты и правила

ведения переписки. Завершение продажного процесса. Составление и отслеживание договоров в компании.

Тема 8. Переговоры и презентация компании продукта, фирмы

Выстраивание переговорного процесса с клиентами. Агрессивные и пассивные переговоры. Проведение презентаций продукта и компании во время переговоров. Основные правила проведения переговорного процесса с учетом особенностей кросс-культурного восприятия.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Текущий контроль успеваемости

4.1.1. Формы текущего контроля успеваемости

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий практической подготовки: контрольное задание (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ)).

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Типовые оценочные материалы по теме 1:

1. Проведение переговоров (сформулировать предложение, исходя из полученного задания)

Типовые оценочные материалы по темам 2-3:

2. Написание информационного письма, оферты, коммерческого предложения клиенту

Типовые оценочные материалы по темам 4-5:

3. Заключение договора с клиентом (написать шаблон договора)

Типовые оценочные материалы по теме 6:

4. Ведение переписки с клиентом (написать скрипт)

Типовые оценочные материалы по темам 7-8:

5. Ведение телефонного разговора с клиентом (написать скрипт)

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
-----------------	--------------------------	--------------------------------	---

УК ОС-3	Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.1	Способность позиционировать себя перед коллективом
---------	---	-----------	--

Этап освоения компетенции	Индекс компетенции	Критерий оценивания
УК ОС-3.1	Самостоятельно презентует собственные результаты: идеи/ точку зрения/ проект перед коллективом. Демонстрирует несколько схем позиционирования результатов. Ориентируется в теоретических основах группового взаимодействия.	Адекватно и полно представлены идеи/ точку зрения/ проект перед коллективом. Продемонстрированы несколько схем позиционирования результатов. Демонстрирует осмысление полученных теоретических основах и применяет их в практической деятельности.

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации:

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачета (в форме ответа на открытые вопросы в устной форме и выполнения практических ситуационных заданий)

4.2.3. Типовые оценочные средства

Билеты к промежуточной аттестации

Билет 1

1. Что такое «Управление продажами?»
2. Напишите, пример информационного письма для компании, занимающейся продажей мебели.

Билет 2

1. Какие основные проблемы в развитии профессиональной области «Управления продажами?»
2. Напишите пример оферты для компании, торгующей страховыми продуктами.

Билет 3

1. Какие виды продаж бывают?
2. Напишите пример коммерческого предложения для компании, торгующей зернами для попкорна.

Билет 4

1. Какие факторы влияют на продажи?
2. Постройте пример прогноза продаж. Как им пользоваться?

Билет 5

1. Какие каналы продаж вы знаете?
2. Какие частные случаи (типичные роли) во время звонков вы знаете (приведите не менее 3-х)? Расскажите, как бороться с данными ролями

Билет 6

1. Какие модели продаж вы знаете?
2. Какие слова и выражения не рекомендуется использовать во время телефонных разговоров (приведите не менее 5 примеров)?

Билет 7

1. Как построить модель продаж в компании?
2. Осуществите звонок человеку, владеющему билетом 8. Ситуация: вы – бабушка, которую, как вы считаете, обманул банк, вы не собираетесь возвращать деньги, и все время плачете и жалуетесь, что у Вас маленькая пенсия и вам нечем платить. Ваша цель – умалить банк, чтобы он простил долг.

Билет 8

1. Зачем нужен аудит модели продаж? Как он проводится?
2. Ситуация: Вы- сотрудник банка, которому звонит бабушка (билет 7) и сообщает, что кредит платить она не может. Вам нужно, достойно провести телефонный разговор и соблюсти интересы банка.

Билет 9

1. Зачем нужен план продаж? Как он составляется?
2. Вы с Вашими партнерами (билет 10 и 11) получили задание от руководства. Получить заказ от розничной сети не менее чем на 100 тысяч упаковок йогурта. Цена за единицу должна составлять не менее чем 100 рублей. Если розничная сеть возьмет 150 тысяч,

то вы можете сделать скидку 10% на эти дополнительные 50 тысяч. Но лучше обойтись без этого. Если розничная сеть возьмет 200 тысяч, то на всю партию вы можете предоставить (в крайнем случае) скидку 10% на все. Но лучше постараться этим не пользоваться. В пределах разумного, вы можете пойти на уступки. Вы заинтересованы в работе с этой розничной сетью, поэтому постарайтесь заполучить клиента. Проведите переговоры.

Билет 10

1. Какие виды планов продаж вы знаете? Приведите не менее 2 примеров
2. Вы с Вашими партнерами (билет 9 и 11) получили задание от руководства. Получить заказ от розничной сети не менее чем на 100 тысяч упаковок йогурта. Цена за единицу должна составлять не менее чем 100 рублей. Если розничная сеть возьмет 150 тысяч, то вы можете сделать скидку 10% на эти дополнительные 50 тысяч. Но лучше обойтись без этого. Если розничная сеть возьмет 200 тысяч, то на всю партию вы можете предоставить (в крайнем случае) скидку 10% на все. Но лучше постараться этим не пользоваться. В пределах разумного, вы можете пойти на уступки. Вы заинтересованы в работе с этой розничной сетью, поэтому постарайтесь заполучить клиента. Проведите переговоры.

Билет 11

1. Какие принципы внедрения прогноза продаж вы можете сказать?
2. Вы с Вашими партнерами (билет 9 и 10) получили задание от руководства. Получить заказ от розничной сети не менее чем на 100 тысяч упаковок йогурта. Цена за единицу должна составлять не менее чем 100 рублей. Если розничная сеть возьмет 150 тысяч, то вы можете сделать скидку 10% на эти дополнительные 50 тысяч. Но лучше обойтись без этого. Если розничная сеть возьмет 200 тысяч, то на всю партию вы можете предоставить (в крайнем случае) скидку 10% на все. Но лучше постараться этим не пользоваться. В пределах разумного, вы можете пойти на уступки. Вы заинтересованы в работе с этой розничной сетью, поэтому постарайтесь заполучить клиента. Проведите переговоры.

Билет 12

1. Как контролировать менеджеров по продажам, для соблюдения прогноза продаж?
2. Вы с вашими партнерами (билет 14 и 15) получили задание от руководства. Вам нужно закупить 80 тысяч упаковок йогурта. Цена за единицу должна быть не более 90 рублей. Самое большее 95 рублей (в крайнем случае), так как цена дороже становится

экономически нецелесообразна. Возможно увеличение закупки до 140-150 тысяч единиц, но только при наличии особых условий. Постарайтесь добиться скидки, и дополнительных преференций от производителя. Вы заинтересованы в работе с этим производителем, постарайтесь добиться успеха. В рамках разумного, вы можете идти на уступки. Проведите переговоры.

Билет 13

1. Как замотивировать персонал отдела продаж?
2. Вам достался неожиданный 13 билет. В случае хорошего ответа на вопрос 1, вы отпускаетесь с зачетом без дополнительных вопросов и без практического задания. В случае слабого ответа на вопрос 1, будет задан любой дополнительный. Все в ваших руках.

Билет 14

1. Что такое «схема акселератора»?
2. Вы с вашими партнерами (билет 12 и 15) получили задание от руководства. Вам нужно закупить 80 тысяч упаковок йогурта. Цена за единицу должна быть не более 90 рублей. Самое большее 95 рублей (в крайнем случае), так как цена дороже становится экономически нецелесообразна. Возможно увеличение закупки до 140-150 тысяч единиц, но только при наличии особых условий. Постарайтесь добиться скидки, и дополнительных преференций от производителя. Вы заинтересованы в работе с этим производителем, постарайтесь добиться успеха. В рамках разумного, вы можете идти на уступки. Проведите переговоры.

Билет 15

1. Что такое ограничитель или «шляпа»?
2. Вы с вашими партнерами (билет 12 и 14) получили задание от руководства. Вам нужно закупить 80 тысяч упаковок йогурта. Цена за единицу должна быть не более 90 рублей. Самое большее 95 рублей (в крайнем случае), так как цена дороже становится экономически нецелесообразна. Возможно увеличение закупки до 140-150 тысяч единиц, но только при наличии особых условий. Постарайтесь добиться скидки, и дополнительных преференций от производителя. Вы заинтересованы в работе с этим производителем, постарайтесь добиться успеха. В рамках разумного, вы можете идти на уступки. Проведите переговоры.

Билет 16

1. Как составляется документ о материальной мотивации для руководителя ОП?
2. Как решается вопрос «Я подумаю?»

Билет 17

1. Как бороться с возражениями клиентов?
2. В чем основная идея фильма «Здесь курят»? Какие методы продаж вы обнаружили?

Билет 18

1. Как проводить первую встречу с клиентом? Что нужно учитывать?
2. Как разоблачить «конструирование» во время разговора?

Билет 19

1. Какие слова и выражения нельзя использовать во время телефонных разговоров?
2. Как оказать влияние во время переговоров? Какие виды влияния вы можете перечислить (не менее 4 видов)?

Билет 20

1. Что такое ценностная значимость?
2. Какие виды цен вы знаете? Как их можно использовать?

Билет 21

1. Какие существуют приемы работы с ценой?
2. Составьте информационное письмо для компании, занимающейся продажей кормов для кошек.

Билет 22

1. Что нужно учитывать во время ведения переговоров?
2. Составьте «рыбу» договора для компании, производящей ковры и ковровые покрытия.

Билет 23

1. Какие виды тендеров вы знаете? В чем между ними разница?
2. Найдите любой тендер на сайте госзакупок и проанализируйте его. В чем тонкости его проведения? В чем возможные сложности?

Билет 24

1. Как стать успешным продажником?
2. У вас продукт «ПО для компьютеров», как бы вы составили презентацию для первой встречи с клиентом?

Билет 25

1. Кто такой ключевой клиент (перечислите не менее 3 характеристик)? В чем особенности при работе с ним?
2. Найдите любой тендер на сайте госзакупок и проанализируйте его. В чем тонкости его проведения? В чем возможные сложности?

Билет 26

1. Что такое мотив? Какие мотивы могут быть у клиента?

2. Клиент пишет вам гневное письмо, что вы лично запороли всю сделку. Но вы знаете, что произошла ошибка в системе. Как бы вы составили исходящее электронное письмо, чтобы смягчить клиента и все-таки заключить с ним договор?

Билет 27

1. Что такое ценностная значимость у клиента? Как с ней нужно работать?
2. Клиент пишет вам благодарственное письмо, что вы лично провели прекрасно сделку. Как можно составить ответ, чтобы клиент еще захотел с вами провести работу?

Билет 28

1. Как написать «продающее» письмо?
2. Сделайте 3 минутную презентацию для колледжа, занимающегося обучением сантехников.

Билет 29

1. Какие правила делового этикета вы вынесли с занятий?
2. Составьте информационное письмо для компании, занимающейся производством одноразовых стаканчиков.

Билет 30

1. Выберите любой вопрос по любой теме и расскажите про него.
2. Как стать успешным продавцом?

4.3. Методические материалы

Процедура оценивания промежуточной аттестации включает в себя:

- ответ на открытый вопрос билета,
- выполнение практического ситуационного задания.

Билет промежуточной аттестации включает 1 открытый вопрос и 1 практическое ситуационное задание.

Для подготовки ответа на билет каждому студенту отводится 15 минут. Для ответа на теоретический вопрос билета и выполнение практического ситуационного задания дается около 10 минут.

После ответа на вопросы билета со студентом проводится устное собеседование по практическому ситуационному заданию и задается 2-4 дополнительных практических вопроса.

При ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы преподавателя студент может пользоваться записями, сделанными при подготовке ответа на билет.

Общее время ответа не должно превышать 0,5 часа.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания, позволяющие обучающимся организовать процесс освоения дисциплины, приведены в «Рекомендациях ФЭСН по освоению дисциплин», утвержденных ученым советом факультета экономических и социальных наук, протокол №11/02-05-11/15 от «19» мая 2015 г.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата. Москва: Издательство Юрайт, 2020. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466184>
2. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров. Москва: Издательство Юрайт, 2019. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425844>

6.2. Дополнительная литература.

1. Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли: учебник для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2020. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454633>
2. Карашук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2020. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447436>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Лукич Р. Управление продаж. М.: Альпина Паблишер, 2013
2. Деревицкий А. Школа продаж. Спб.: Питер, 2004
3. Беквит Г. Продавая незримое. М.: Альпина Паблишер, 2014
4. Иванова С. Продажи на 100%. М.: Альпина Паблишер, 2013
5. Кондрашов В. М. Менеджмент продаж. Учебное пособие. М.: Вузовский учебник, 2012

6.4. Нормативные правовые документы.
Не предусмотрены.

6.5. Интернет-ресурсы.

1. <http://www.forbes.ru/>
2. <https://hbr.org/>

3. <http://www.rjm.ru/>

6.6. Иные источники.

1. Гвозденко Е.В. Инстинкт покупать. Успешные продажи с психологическим подходом: практическое пособие. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018.
2. Голова А.Г., Управление продажами: Учебник, М.: Дашков и Ко, 2015
3. Джоббер Д., Ланкастер Дж., Продажи и управление продажами, М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015
4. Кондрашов В.М., Управление продажами, М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015
5. Кузнецов И.Н., Управление продажами: Учебно-практическое пособие, М.: Дашков и Ко, 2016

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо материально-техническое обеспечение учебных аудиторий (наглядными материалами, экраном, мультимедийным проектором с ноутбуками (ПК) для презентации учебного материала, выходом в сеть Интернет, программными продуктами Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint)) в зависимости от типа занятий: семинарского и лекционного типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Для самостоятельной работы обучающимся необходим доступ в читальные залы библиотеки и/или помещение, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду организации и ЭБС.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и промежуточной аттестации.

Оборудование:

Рабочие места студентов: парты, стулья;

Рабочее место преподавателя: стол, стул;

Доска для рисования маркерами;

Мультимедийный проектор.

Учебная аудитория для проведения практических занятий.

Оборудование:

Рабочие места студентов: столы, стулья;

Рабочее место преподавателя: стол, стул;

Доска для рисования маркерами,

Доска интерактивная;

Мультимедийный проектор;

Персональные компьютеры: Core i7 / 8Gb / 2000Gb -15 шт.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows 10 Corporate 1909 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);

Microsoft Office 2019 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08- 19);

Google Chrome 76.0.3809.100 (свободная лицензия);

Консультант (контракт с продавцом ЗАО «КонсультантПлюс» от 18.06.2009 № б/н).

Библиотека (абонемент, читальный и компьютерный залы)

Учебная аудитория для самостоятельной работы студента.

Оборудование:

Рабочие места студентов: столы, стулья; Персональные компьютеры.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 Corporate 1909 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);

Microsoft Office 2019 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08- 19);

Google Chrome 76.0.3809.100 (свободная лицензия);

Deductor Academic 5.3.0.88 (свободная лицензия);

Microsoft Project Professional 2019 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19).

Project Expert 7 Tutorial (60 уч. мест, сеть) (контракт с продавцом SoftLine от 14.11.2013 №Tr060872);

Vmware Horizon Client 4.3.0.4209 (свободная лицензия);

CA AllFusion R7.2 (контракт с продавцом ООО «Интерфейс ПРОФ» от 27.10.2008 №227/07-08-ИОП, бессрочный);

Oracle VM VirtualBox 6.0.10 (свободная лицензия);

ArgoUML 0.34 (свободная лицензия);

ARIS Express 2.4d (свободная лицензия);

Stata/SE Educational Network Edition Renewal (Stata) (контракт с продавцом АО «СОФТЛАЙН ТРЕЙД» от 25.06.2019 №373100037619000000);

PostgreSQL Database 10.9-2 (свободная лицензия);

EViews Academic Base License+ Unlimited Lab License (Eviews) (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19); Weka 3.8.3 (свободная лицензия);
Консультант (контракт с продавцом ЗАО «КонсультантПлюс» от 18.06.2009 № б/н).

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. www.biblio-online.ru – Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт;
2. <http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Iprbooks»
3. <https://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».
4. <http://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека Elibrary.ru.
5. <https://new.znaniy.com> Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Znaniy.com».
6. <https://dlib.eastview.com> – Информационный сервис «East View».
7. <https://www.jstor.org> - Jstor. Полные тексты научных журналов и книг зарубежных издательств.
8. <https://elibrary.worldbank.org> - Электронная библиотека Всемирного Банка.
9. <https://link.springer.com> - Полнотекстовые политематические базы академических журналов и книг издательства Springer.
10. <https://ebookcentral.proquest.com> - Ebook Central. Полные тексты книг зарубежных научных издательств.
11. <https://www.oxfordhandbooks.com> - Доступ к полным текстам справочников Handbooks издательства Oxford по предметным областям: экономика и финансы, право, бизнес и управление.
12. <https://journals.sagepub.com> - Полнотекстовая база научных журналов академического издательства Sage.
13. Справочно-правовая система «Консультант».
14. Электронный периодический справочник «Гарант»