

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»  
Направленность: «Маркетинговое управление организациями»  
Квалификация выпускника: магистр

Кострома  
2021

Рабочая программа дисциплины «Стратегический маркетинг» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. №952)

Разработал: Голубева Мария Александровна, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга КГУ

Рецензенты: Творогова И.Н., к.э.н., генеральный директор ООО «Каскад МИА»  
Карев А.К. директор по бренду и маркетинговым коммуникациям ПАО «ВымпелКом» (бренд билайн)

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры менеджмента и маркетинга

Протокол № 3 от 16 ноября 2021 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № 8 от 18.04.2023 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## 1. Цель и задачи дисциплины

Стратегический маркетинг рассматривается как важнейший инструмент прогнозирования будущих параметров эффективного функционирования и развития современной организации. В этом процессе систематический учет актуальных научных тенденций, особенностей рыночной инфраструктуры, ресурсной базы организации во многом определяет качество управленческих решений, ориентированных на реализацию выгодных экономических возможностей.

**Цель курса** – сформировать комплекс знаний, умений, компетенций, позволяющих управлять стратегическим маркетингом современной организации.

### Задачи курса:

1. Сформировать целостное представление о сущности стратегического маркетинга.
2. Изучить базовые теоретико-методические положения стратегического маркетинга.
3. Развить исследовательские навыки, необходимые для стратегического маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.
4. Выявить особенности принятия эффективных управленческих решений в области стратегического управления комплексом маркетинга организации.
5. Применить кейс-методы преподавания.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Рассмотрение с критических позиций многочисленных научно-методических положений стратегического маркетинга, сформулированных различными отечественными и зарубежными учеными – экономистами, предоставляет возможность преподавателю отразить проблемный характер учебного материала, стимулировать творческий подход к поиску решений актуальных в современных условиях хозяйствования теоретических и методологических проблем изучаемой предметной области.

В результате освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» обучающийся должен освоить следующие компетенции:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1. Способен использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса маркетинга организации	ИК.ПК-1.1. Демонстрирует знание процессов стратегического и маркетингового управления организацией	Знает: сущность и значение стратегического маркетинга современной организации. Умеет: анализировать структуру стратегического маркетинга организации; Владеет: методами оценки внешней и внутренней маркетинговой среды организации.
	ИК.ПК-1.2. Владеет методами маркетинговых исследований, стратегического и маркетингового анализа для определения направлений развития организации	Знает: особенности планирования и проведения маркетинговых исследований рынка. Умеет: разрабатывать план стратегического анализа маркетинга организации. Владеет: методами стратегической оценки рыночной конъюнктуры
	ИК.ПК-1.3. Разрабатывает маркетинговую	Знает: классификацию маркетинговых стратегий организации. Умеет: разрабатывать корпоративную

	стратегию организации	стратегию, бизнес-стратегию и функциональную стратегию организации. Владеет: методами разработки маркетинговых стратегий организации
ПК-2. Способен применять принципы, модели, инструменты и информационные технологии в области маркетинга на стратегическом, тактическом и оперативном уровне управления организацией, а также осуществлять коммуникации с потребителями и стейкхолдерами, в процессе разработки, принятия и оценки управленческих решений	ИК.ПК-2.2. Применяет принципы, методы, модели и инструменты маркетинга на стратегическом, тактическом и оперативном уровне управления организацией	Знает: инструменты маркетинга на различных уровнях управления организацией. Умеет: оценивать условия и последствия принимаемых стратегических маркетинговых решений Владеет: методами оценки эффективности маркетинговой стратегии организации.

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Стратегический маркетинг» изучается на 2 курсе (Б1.В.13).

### 4.Объем дисциплины (модуля)

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работ

Виды учебной работы	Очная
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3
Общая трудоемкость в часах	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	12
Лекции	6
Практические занятия	6
Контроль	4
ИКР	0,25
Самостоятельная работа в часах	91,75
Форма промежуточной аттестации	зачет

#### 4.2.Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Количество часов
Лекции	6
Практические занятия	6
Зачет	0,25
Всего	12,25

### **5.1.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий**

№	Название раздела, темы	Всего часов	Аудиторные занятия, ч.		Самостоятельная работа, ч.
			Лекции	Практические	
1.	Сущность и значение стратегического маркетинга	19	2	2	15
2.	Классификация маркетинговых стратегий	19	2	2	15
3.	Методические основы стратегического маркетинга	20,75	2	2	16,75
4.	Стратегический анализ маркетинговой среды организации	15			15
5.	Разработка стратегического плана маркетинга организации	15			15
6.	Управление реализацией маркетинговой стратегией	15			15
Контроль		4			
ИКР		0,25			
Итого		108	6	6	91,75

### **5.2.Содержание:**

#### **Тема 1. Сущность и значение стратегического маркетинга**

Обосновывается актуальность стратегического маркетинга в современных условиях хозяйствования. Характеризуются научные подходы к стратегическому маркетингу. Отмечаются особенности развития стратегического маркетингового управления как области исследования. Выделяется интегрированность стратегического и оперативного маркетинга. Устанавливается взаимосвязь предмета, субъекта, объекта стратегического маркетинга. Отмечается роль стратегического видения и миссии организации в формировании ее маркетинговой стратегии. Характеризуется интегрированность миссии, стратегических установок, маркетинговых целей и задач организации.

#### **Тема 2. Классификация маркетинговых стратегий**

Маркетинговая стратегия рассматривается как комплекс мероприятий по использованию ограниченных ресурсов организации для достижения максимального результата от производства и реализации товаров и услуг в виде увеличения продаж и прибыли в долгосрочной перспективе. Представляется классификация маркетинговых стратегий М. Мак-Дональда, М. Портера, Дж. Хедоури, Ф. Котлер, Ж.Ж. Ламбен, Г. Азоева, Р. Фатхутдинова и др. Рассматриваются особенности маркетинговых стратегий в цифровой среде.

#### **Тема 3. Методические основы стратегического маркетинга**

Изучаются области применения разнообразных методов и методик стратегического маркетингового анализа. Выделяются особенности общенаучных, заимствованных и специальных методов. Характеризуются группы показателей, используемые для стратегической оценки конъюнктуры рынка. Отмечаются основные этапы анализа конкурентной среды, стратегического сегментирования и позиционирования целевого рынка организации. Выделяются особенности маркетинговых решений в условиях неопределенности и риска.

#### **Тема 4. Стратегический анализ маркетинговой среды организации**

Изучается понятие и структура маркетинговой среды организации. Выделяются стратегические ресурсы организации, используемые в маркетинговой деятельности. Отмечается роль маркетинговых исследований в предоставлении систематической информации о динамике внешней рыночной среды организации. Представляется инструментарий, используемый при проведении комплексной оценки факторов макро- и микро-маркетинговой среды организации.

#### **Тема 5. Разработка стратегического плана маркетинга организации**

Отмечаются виды планов маркетинга в зависимости от горизонта планирования, содержания и поставленных целей. Представляется сравнительная характеристика оперативного и стратегического маркетингового плана организации. Выделяются особенности разработки плана-программы маркетинга по созданию, организации производства и реализации системы мероприятий (маркетинг-микс) по продукту, группе продуктов, товарной системе. Изучаются методы составления бюджета маркетинга.

#### **Тема 6. Управление реализацией маркетинговой стратегией**

Представляется характеристика процесса реализации маркетинговой стратегии организации: значение, структура, оценка эффективности. Выделяются особенности контроллинга и аудита в системе стратегического маркетинга. Рассматриваются современные концепции внутрифирменного управления службой маркетинга организации.

Представляется общий вывод по пройденному материалу относительно актуальных тенденций и особенностей стратегического маркетинга организации.

### **6. Методические материалы для обучающихся по освоению**

#### **дисциплины**

#### **6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)**

№ п.п.	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Сущность и значение стратегического маркетинга	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	15	Конспект предполагает изложение содержания учебного материала относительно научных подходов к стратегическому маркетингу организации; новых трендов развития стратегического маркетинга в России и за рубежом. Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы магистрантам следует изучить результаты	Устный и письменный отчет

				деятельности организации и выделить особенности процесса стратегического маркетинга.	
2.	Классификация маркетинговых стратегий	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	15	Конспект предполагает изложение содержания учебного материала в отношении классификации маркетинговых стратегий в цифровой среде. Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы магистрантам следует изучить деятельность организации и определить, какую маркетинговую стратегию в зависимости от выделенных классификационных критериев она использует. Следует обосновать перспективы развития организации и необходимость применения стратегического маркетинга в сложившихся конъюнктурных условиях.	Устный и письменный отчет, блиц-опрос
3.	Методические основы стратегического управления	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	16,75	Конспект предполагает изложение содержания учебного материала в отношении групп показателей конъюнктурного анализа рынка. Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы магистрантам следует на	Устный и Письменный отчет, блиц-опрос

				основе конкретных примеров определить, какие методы стратегического маркетинга используют организации и каковы основные получаемые результаты.	
4.	Стратегический анализ маркетинговой среды организации	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	15	<p>Конспект предполагает изложение содержания учебного материала в отношении характеристики основных факторов макро- и микро-маркетинговой среды организации.</p> <p>Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы студентам следует на основе имеющихся данных провести стратегический анализ маркетинговой среды организации и сделать выводы относительно перспектив развития рыночных сегментов.</p>	Письменный отчет
5.	Разработка стратегического плана маркетинга	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	15	<p>Конспект предполагает изложение содержания учебного материала в отношении особенностей разработки плана-программы маркетинга по товарной системе организации.</p> <p>Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках, и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы магистрантам следует на основе имеющихся данных разработать стратегический план маркетинга</p>	письменный отчет



				организации, обосновать выбор метода формирования бюджета маркетинга.	
6.	Управление реализацией маркетинговой стратегии	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	15	Конспект предполагает изложения содержания учебного материала в отношении характеристики особенностей стратегического контроллинга организаци. Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы магистрантам следует на основе имеющихся данных оценить эффективность маркетинговой стратегии организации и обосновать направления ее повышения.	письменный отчет

Таким образом, самостоятельная работа магистрантов по дисциплине «Стратегический маркетинг» предполагает подготовку конспектов практических занятий, решение разнообразных кейс-ситуаций, предложенных преподавателем, на должном теоретико-методическом уровне в соответствии с предъявляемыми к ним требованиями.

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **Основная**

1.Голубева, М. А. Маркетинг взаимоотношений : учеб.-метод. пособие / М-во образования и науки РФ, Костромской гос. ун-т. - Кострома : КГУ, 2017. – 130 с. ISBN 978-5-8285-0913-3 : 44.57.

2.Чувакова, С. Г. Стратегический маркетинг : учеб. пособие. – М. : Дашков и К, 2010. – 270 с. ISBN 978-5-394-00661-6 : 120.00.

3.Шаповалов, В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ : учеб. пособие. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 345 с. ISBN 978-5-222-13469-6 : 255.00.

### **Дополнительная**

1. Измалкова, С.А. Стратегический менеджмент и маркетинг: учебное пособие для высшего профессионального образования / С.А. Измалкова, Г.И. Татенко, И.А. Тронина. – Орел: ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК», 2011. – 325 с. ISBN 978-5-93932-427-4

2. Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг : учебное пособие. В 2 ч. Ч. 1 / И. В. Котляревская ; Мин-во науки и высшего образования РФ. – 3-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019.– 138 с. ISBN 978-5-7996-2924-3 (ч. 1)








3. Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг : учебное пособие. В 2 ч. Ч. 2 / И. В. Котляревская ; М-во науки и высшего образования РФ.– 3-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. – 159, [1] с. ISBN 978-5-7996-3149-9 (ч. 2)

4. Крюков, А. Ф. Управление маркетингом : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений : рекомендовано УМО]. – М. : КНОРУС, 2005. – 368 с. : ил. ISBN 5-85971-081-X : 105.00.


5. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Реброва. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 186 с. – (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). ISBN 978-5-9916-9092-8






## 8. Перечень ресурсов, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины (модуля)


Информационно-образовательные ресурсы: <http://ksu.edu.ru/nauchnaya-biblioteka/elektronnye-resursy/obrazovatelnye-internet-resursy.html>

 МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	1.Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации
	2.Образовательный портал Костромской области
 АКАДЕМИК	3. Сервис для поиска по базе словарей и энциклопедий "Академик" (Словари и энциклопедии)
 Яндекс	4.Сервис Яндекс Словари для поиска информации по сайтам справочного и энциклопедического содержания, а также по базе оцифрованных Яндексом словарей и справочников.
 ГЛОССАРИЙ.RU glossary.ru Всё очень серьёзно.	5.Образовательный портал «Глоссарий. ru» - служба тематических толковых словарей
	6. Научно-образовательный интернет-ресурс «Русская виртуальная библиотека» (РВБ)
 SLOVARI.RU	7. Электронная библиотека словарей русского языка «Slovari.ru».

Научные ресурсы: <http://ksu.edu.ru/nauchnaya-biblioteka/elektronnye-resursy/nauchnye-resursy.html>


 PsyJournals.ru портал психологических изданий	1.Портал психологических изданий PsyJournals.ru предоставляет открытый доступ к статьям ведущих научных журналов по психологии. Открытый доступ к статьям научных журналов на портале психологических изданий PsyJournals.ru – это: <ul style="list-style-type: none"> <li>• распространение результатов качественных научных исследований и эмпирических разработок в области гуманитарных и социальных дисциплин;</li> <li>• предоставление информации о научных достижениях и их потенциальной значимости в психологии и смежных дисциплинах;</li> </ul>
--	---


	<ul style="list-style-type: none"> <li>• поддержка мировых тенденций построения инфраструктуры открытого научного знания.</li> </ul> <p>В открытом доступе находятся научные журналы с печатными версиями, электронные «open access» научные журналы, сборники конференций и отдельные информационные материалы.</p>
	<p>2. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) <a href="http://uisrussia.msu.ru">http://uisrussia.msu.ru</a> создана и целенаправленно развивается как тематическая электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова. Доступ по логину и паролю или с ip университета. Логин и пароль можно получить в электронном читальном зале (корп.Б)</p>
	<p>3. Социальная сеть <a href="http://www.Science-Community.org">www.Science-Community.org</a> предназначена для ученых стран СНГ. Она способствует развитию общения и сотрудничества между учеными постсоветского пространства.</p>
	<p>4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – это крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 14 миллионов научных статей и публикаций. На платформе eLIBRARY.RU доступны электронные версии более 2500 российских научно-технических журналов. Более 1300 журналов находятся в открытом доступе.</p>
	<p>«Национальный Электронно-Информационный Консорциум» (НП «НЭИКОН») - объединение организаций-пользователей электронной информации, - созданное для координации деятельности по электронной подписке. Цель НЭИКОН – объединение библиотек всех регионов России для создания равных и доступных условий обеспечения читателей научной информацией на постоянной основе.</p>
	<p>Научная педагогическая электронная библиотека (НПЭБ) — сетевая информационно-поисковая система Российской академии образования. НПЭБ является академической сетевой библиотекой, специализирующейся по педагогике и психологии. Она представляет собой многофункциональную полнотекстовую информационно-поисковую систему, обеспечивающую сбор, хранение и распространение информации в интересах научных психолого-педагогических исследований и образования.</p>
	<p>Архив важных публикаций собирается вручную. База данных с рубрикатором: 53 отрасли / 600 источников / 9 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 8000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы</p>

 <p>Лучшие публикации СМИ по странам и отраслям</p>	<p>сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам. Polpred.com открыт со всех компьютеров библиотеки и внутренней сети. Ссылка "Доступ из дома" в "шапке" polpred.com видна с ip-адресов библиотеки.</p>
	<p>Электронная библиотека РГБ состоит из четырех коллекций. Это <u>Универсальное собрание</u>, в котором находятся издания, вышедшие после 1830 года. Здесь широко представлены документы по истории и культуре России и по становлению российской государственности. В коллекцию <u>Редких книг</u> входят старопечатные издания (до 1830 г.) и книжные памятники позднейших эпох. <u>Электронная библиотека диссертаций</u> содержит около 365000 полных текстов диссертаций и авторефератов по всем специальностям, защищавшихся в СССР и в Российской Федерации. Фонд Электронной Ленинки включает копии документов, отсканированных в РГБ по различным проектам и в целях сохранности оригиналов (книги, периодические издания, карты, ноты, изобразительные материалы), аудиофайлы, электронные тексты из Интернета.</p>
	<p>Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" - это система тематических профессиональных сайтов, выполненных по сходному замыслу и работающих в единых стандартах обмена информацией. Это государственный информационный ресурс, созданный по заказу Министерства образования Российской Федерации в 2002 г. в рамках Федеральной целевой программы "Развитие единой образовательной информационной среды (2001-2005 годы)" (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 28 августа 2001 г. № 630).</p>
	<p><u>Образовательный математический сайт Exponenta.ru</u> – это открытый проект который поможет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- научить решать математические задачи в среде математических пакетов Mathcad, Matlab, Maple, Mathematica, Statistica и др.;</li> <li>- научить использовать компьютер и Интернет при решении математических задач;</li> <li>- показать возможности популярных математических пакетов для решения учебных и практических задач;</li> <li>- получить рекомендации, руководства по работе с математическими пакетами;</li> <li>- найти информацию об основных ресурсах российского Интернета, посвященных использованию математических пакетов в образовании и в науке;</li> <li>- преподавателям обменяться опытом использования компьютера в математическом образовании.</li> </ul>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Университетская библиотека online»
2. ЭБС «Znanium»
3. ЭБС «Лань»

Электронная библиотечная система	Общая характеристика	Условия доступа
<p style="text-align: center;">ЭБС «Университетская библиотека онлайн»</p> 	<p>ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - это электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам учебной и научной литературы по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств. Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, иллюстрированные издания по искусству, литературу non-фикшн, художественную литературу. Каталог изданий систематически пополняется новой актуальной литературой и в настоящее время содержит почти 100 тыс. наименований.</p> <p>Сайт ЭБС создавался с учетом обеспечения комфортного чтения всеми пользователями, в том числе и людьми с особыми потребностями. Сегодня он полностью соответствует «Национальному стандарту РФ, ГОСТ 52872-2012, Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению», в котором закреплены четыре базовых принципа: воспринимаемость, управляемость, понятность, надежность. В ЭБС представлена медиатека, которая включает в себя около 3000 тематических аудиокниг различных издательств. Аудиоучебник - один из основных актуальных инструментов образовательного процесса лиц с ограниченными возможностями</p>	<p>Доступ разрешён с любого ПК или мобильного устройства в сети интернет, авторизация происходит по логину и паролю. Логин и пароль пользователь указывает самостоятельно при регистрации учетной записи на <a href="http://biblioclub.ru">biblioclub.ru</a>.</p>
<p style="text-align: center;">ЭБС «Znanium.com.»</p> 	<p>Электронно-библиотечная система <a href="http://Znanium.com">Znanium.com</a> предоставляет зарегистрированным пользователям круглосуточный доступ к электронным изданиям из любой точки мира посредством сети Интернет. Для работы в электронной библиотеке можно использовать ПК и ноутбуки под управлением OS Windows и Linux, а также планшетные компьютеры на iOS и Android. Установки специального программного обеспечения не требуется. Рекомендованные браузеры для</p>	<p>Доступ разрешён с любого ПК или мобильного устройства в сети интернет, авторизация происходит по логину и паролю. Логин, пароль и номер абонента при первоначальной регистрации необходимо получить</p>

	<p>использования: Mozilla Firefox, Safari. Фонд ЭБС Znanium.com постоянно пополняется электронными версиями изданий, публикуемых Научно-издательским центром ИНФРА-М, коллекциями книг и журналов других российских издательств, а также произведениями отдельных авторов. ЭБС Znanium.com заработала адаптивная версия сайта для слабовидящих. Это версия не требует установки специальных приложений, разработана с учетом основных положений ГОСТ Р 52872-2012</p>	<p>в Научной библиотеки КГУ и пройти процедуру самостоятельной регистрации на Znanium.com. Регистрация должна осуществляться с ПК или других мобильных устройств подключенных к ЛВС университета.</p>
<p>ЭБС «Лань»</p> 	<p>Электронно-библиотечная система (ЭБС) Лань — это ресурс, включающий в себя как электронные версии книг ведущих издательств учебной и научной литературы (в том числе университетских издательств), так и электронные версии периодических изданий по различным областям знаний. Особое внимание уделяется контенту, представленному на платформе ЭБС. Благодаря тщательному отбору пользователям доступна качественная учебная литература, которая является неотъемлемой частью образовательных процессов во многих учебных заведениях. Цель создания ресурса — обеспечение высших и средних профессиональных учебных заведений, научно-исследовательских организаций, научных и универсальных библиотек доступом к научной, учебной литературе и научной периодике по максимальному количеству профильных направлений, поэтому ассортимент электронно-библиотечной системы постоянно расширяется.</p> <p>Адаптированная версия ЭБС «Лань», для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (специальные приложения с функцией озвучивания текста Google Play, Apple Store) Интернет-ресурс включает электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы, аудиокниги, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. Мобильное приложение ЭБС «Лань» с интегрированным синтезатором речи позволяет незрячим студентам работать с книгами. Незрячие пользователи могут осуществлять навигацию как внутри каталога ЭБС, так и по тексту книги, переходить по</p>	<p>Доступ разрешён с любого ПК или мобильного устройства в сети интернет, авторизация происходит по логину и паролю. Логин и пароль пользователь указывает самостоятельно при регистрации учетной записи на <a href="http://e.lanbook.com">e.lanbook.com</a>. Регистрация должна осуществляться с ПК или других мобильных устройств подключенных к ЛВС университета.</p>



	предложениям, абзацам и главам книги. Все книги, предназначенные для прослушивания с помощью синтезатора речи и навигации по ним, проходят специальную корректуру в текстовом редакторе и верстку для перевода в формате epub.	
--	--	--

### **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Адрес, корпус	Аудитория	Оснащенность
<b>Аудиторные занятия</b>		
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	5	Компьютерный класс на 22 посадочных места с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	6	Компьютерный класс на 16 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	7	Компьютерный класс на 10 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	9	Потоковая аудитория на 160 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	10	Потоковая аудитория на 160 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	11	Аудитория на 30 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	12	Аудитория на 32 посадочных места, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	13	Аудитория на 60 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	14	Аудитория на 26 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	16	Компьютерный класс на 20 посадочных мест с выходом в Интернет

		Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Самостоятельная работа		
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1», ауд. 201	Читальный зал корпуса «Б1»	200 посадочных мест; 3 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 копир/принтер; 1 проектор; 2 экрана для проектора; 1 ворота «Антивор»; 1 WIFI-точка доступа.
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1», ауд. 202	Электронный читальный зал	25 посадочных мест; 29 компьютеров (25 для читателей, 4 для сотрудников); 4 принтера (3 монохромные, 1 полноцветный); 1 плоттер; 2 сканера; 1 МФУ; 1 LCD TV
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «А1», ауд. 3-207	Читальный зал редкой книги	50 посадочных мест; 1 компьютер для сотрудников; 1 сканер; 1 принтер; 1 LCD TV; свободный доступ WIFI
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «В1», ауд. 305	Читальный зал СБО	20 посадочных мест; 2 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 МФУ