

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 Экономика и управление

код и наименование укрупненной группы

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

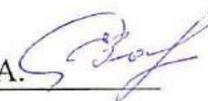
38.03.07.04 "Товарный менеджмент"/38.03.07 "Товароведение"

код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составили

канд.экон.наук, доцент Зайченко Е.А.

инициалы, фамилия, подпись



1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины.

Целью изучения дисциплины является: формирование у слушателей теоретических знаний и приобретение ими практических навыков и умений в области товарного менеджмента, необходимых для эффективной деятельности и развития профессионального взгляда на выбор методов управления основополагающими характеристиками товара (продукции) на протяжении его жизненного цикла.

1.2 Задачи изучения дисциплины.

Задачами изучения дисциплины являются:

- получение знаний, необходимых для управления ассортиментом и товарными запасами в оптовых и розничных торговых предприятиях, а также для осуществления информационно-аналитической деятельности в сфере производства и на всех этапах товародвижения;
- освоение товароведческих аспектов категорийного менеджмента;
- приобретение навыков управления процессами закупки, поставки, перевозки, хранения и реализации товаров;
- освоение принципов формирования рациональной структуры ассортимента и управления ассортиментом.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования.

Процесс изучения дисциплины «Товарный менеджмент» направлен на формирование следующих *компетенций*:

ОПК-3	умение использовать нормативно-правовые документы в своей профессиональной деятельности
ПК-4	системное представление об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией
ПК-5	способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств
ПК-6	навыки управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов
ПК-7	умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента

ПК-10	способность выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости
-------	---

В результате изучения дисциплины студент должен:

ОПК-3	<p>Знать: законодательные и нормативные акты в сфере торговли.</p> <p>Уметь: применять основные нормативные и правовые документы в области управления ассортиментом.</p> <p>Владеть: навыками работы с нормативными актами и документацией.</p>
ПК-4	<p>Знать: принципы управления товарными потоками на всех этапах товародвижения.</p> <p>Уметь: организовывать процесс управления ассортиментом товаров с позиции категорийного менеджмента.</p> <p>Владеть: методами управления товарами в сфере обращения.</p>
ПК-5	<p>Знать: принципы товарного менеджмента в области формирования ассортимента, закупок и реализации товаров.</p> <p>Уметь: формировать ассортимент товаров; выделять товарные категории; применять на практике стратегические и тактические методы исследования ассортимента.</p> <p>Владеть: навыками принятия и реализации управленческих решений в области управления ассортиментом торгового предприятия.</p>
ПК-6	<p>Знать: теоретические аспекты управления ассортиментом и товарными запасами в торговле с позиции товарного и категорийного менеджмента.</p> <p>Уметь: принимать оптимальные решения с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов.</p> <p>Владеть: методами управления ассортиментом товаров, оптимизации торгового ассортимента; навыками работы с различными товарными категориями; методикой анализа товарных групп и формирования товарных запасов торгового предприятия.</p>
ПК-7	<p>Знать: факторы формирования спроса и методы стимулирования сбыта товаров.</p> <p>Уметь: проводить анализ потребительского спроса и ассортиментной политики торгового предприятия.</p> <p>Владеть: навыками принятия управленческих решений по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента.</p>
ПК-10	<p>Знать: ценообразующие факторы и характеристики товаров.</p> <p>Уметь: на основе анализа потребительских свойств выявлять ценообразующие характеристики товаров для оценки их рыночной стоимости.</p> <p>Владеть: навыками оценки рыночной стоимости потребительских товаров.</p>

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы высшего образования.

Обязательная дисциплина вариативной части блока Б1 – Б1.В.ОД.9.

Дисциплина имеет логические и содержательно-методологические связи с дисциплинами «Теоретические основы товароведения и экспертизы», «Маркетинг», «Логистика», «Оценка товарных потерь».

Освоение данной дисциплины необходимо для прохождения производственной и преддипломной практики, успешного выполнения научно-исследовательской деятельности и подготовки выпускной квалификационной работы.

1.5 Особенности реализации дисциплины.

Дисциплина реализуется на русском языке, без применения ЭО и ДОТ.

2 Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Семестр			
		6			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144			
Контактная работа с преподавателем:	54	54			
занятия лекционного типа	18	18			
занятия семинарского типа	36	36			
в том числе: семинары практические занятия практикумы лабораторные работы	36	36			
другие виды контактной работы					
в том числе: курсовое проектирование групповые консультации индивидуальные консультации иные виды внеаудиторной контактной работы					
Самостоятельная работа обучающихся:	54	54			
изучение теоретического курса (ТО)	26	26			
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)					
реферат, эссе (Р)					
курсовое проектирование (КР)	28	28			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	36 экзамен	экзамен			

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий).

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час),	Формируемые компетенции
			Семинары и/или практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или практикумы (акад. час)		
1	Основные понятия в области товарного менеджмента	2	–	–	2	ОПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-10
2	Объекты товарного менеджмента	2	–	4	6	
3	Потребности и прогнозирование спроса	2	–	4	6	
4	Формирование целевой группы потребителей	2	–	4	6	
5	Категорийный менеджмент – тактика управления ассортиментом	2	–	6	6	
6	Методы анализа и управления ассортиментом	2	–	4	6	
7	Управление товарными запасами	2	–	6	6	
8	Ценовая политика розничного магазина	2	–	4	6	
9	Управление ассортиментом	2	–	4	10	
	Итого:	18		36	54	

3.2 Занятия лекционного типа.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий ¹	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе в инновационной форме
1	1	Понятие, задачи, объекты, принципы и методы товарного менеджмента.	2	1
2	2	Определение товара. Основополагающие характеристики товара, составляющие его потребительную стоимость, функции товара. Классификация товара. Многоуровневая модель товара, жизненный цикл.	2	1

¹В случае применения ЭО и ДОТ после наименования занятия ставится звездочка «*» с указанием места проведения занятия: (А) – в аудитории, (О) – онлайн-занятие в ЭИОС.

3	3	Понятие и классификация потребностей, факторы, влияющие на формирование потребностей, средства и способы формирования новых потребностей. Потребительная стоимость, ценность, полезность. Характеристика потребителей. Прогнозирование потребностей и спроса.	2	1
4	4	Целевые сегменты. Позиционирование товара	2	1
5	5	Основные понятия в области категорийного менеджмента – товарная категория, классификация ролей товарных категорий. Структурирование ассортимента с использованием методов категорийного менеджмента. Балансировка ассортимента по ширине и глубине. Категорийный мерчандайзинг и стимулирование продаж.	2	1
6	6	Классификация методов анализа и управления ассортиментом. Стратегические методы анализа ассортимента. Тактические методы анализа ассортимента. Анализ ассортимента по параметрам влияния.	2	1
7	7	Управление товарными запасами. Методы оценки товарных запасов. Дефицит и излишки товара. Условия хранения товаров, товарные потери. Инвентаризация. Штриховое кодирование как средство управления товародвижением.	2	1
8	8	Положение о ценовой политике розничного магазина. Стратегии ценообразования. Основные методы ценообразования, ограничения в применении методов.	2	0,5
9	9	Управление товарным ассортиментом с позиции категорийного менеджмента.	2	0,5

3.3 Практические занятия, занятия семинарского типа (*названия тем – одинаковое, содержание – авторское*).

Не предусмотрены учебным планом.

3.4 Лабораторные занятия.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий ¹	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе в инновационной форме
1	2	Объекты товарного менеджмента	4	0,5
2	3	Потребности и оценка соответствия товара предпочтениям потребителей	4	0,5
3	4	Формирование целевой группы покупателей	4	0,5
4	5	Категорийный менеджмент как новый подход к управлению ассортиментом	2	1

5	5	Структурирование ассортимента с использованием методов категорийного менеджмента	4	1
6	6	Стратегические и тактические методы анализа ассортимента	4	1
7	7	Управление товарными запасами	6	0,5
8	8	Ценовая политика розничного магазина	4	0,5
9	9	Управление ассортиментом	4	1

4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Управление ассортиментом товаров: Учебное пособие / Н.Р. Куликова, Т.А. Трыкова, Н.С. Борзунова. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 240 с.
2. Категорийный менеджмент: Учебное пособие / В.М. Киселев, М.А. Николаева. – М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 208 с.
3. Товарный менеджмент: учеб. пособие / Под ред. Т.Н. Ивановой. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 234 с.
4. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с.
5. Большая книга директора магазина / С.В. Сысоева, Г. Крок. – СПб.: Питер, 2012. – 383 с.
6. Рыбакова Г.Р. Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс [для студентов напр. 38.03.07 (100800.62) «Товароведение», профиля 38.03.07.03 (100800.62.03) «Товароведение и экспертиза товаров в области стандартизации, сертификации и управления качеством продукции»] / Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т ; сост.: Г.Р. Рыбакова, Г.С. Гуленкова, И.В. Дойко.- Красноярск : СФУ, 2015. – Режим доступа:<http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/UMKD/i-408965620.exe>

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств – курсовая работа, решение практических (ситуационных) задач на лабораторных (практических) занятиях в течение семестра и их защита, контрольные вопросы к экзамену.

Перечень вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Основные понятия в области товарного менеджмента – определение, объекты, задачи.
2. Товар как объект товарного менеджмента – основополагающие характеристики, функции.
3. Упаковка товара как объект товарного менеджмента.
4. Многоуровневая и интегральная модель товара.
5. Классификация товара.

6. Жизненный цикл товара – основные этапы, характеристика.
7. Потребительная стоимость, ценность, полезность.
8. Потребности – определение, классификация, способы формирования.
9. Теории мотивации.
10. Потребительские ценности.
11. Концепции жизненных стилей.
12. Методы оценки соответствия товара предпочтениям потребителей.
13. Сегментирование потребителей – критерии сегментации, этапы.
14. Сегментирование товарного рынка – критерии сегментации, этапы.
15. Позиционирование товара, процесс построения карты позиционирования.
16. Инструменты позиционирования.
17. Товарная категория как элемент товарного менеджмента.
18. Особенности внедрения категорийного менеджмента.
19. Определение категорийного менеджмента и его использование в управлении ассортиментом.
20. Отличие традиционной системы закупок от управления ассортиментом по товарным категориям.
21. Особенности внедрения категорийного менеджмента, результаты внедрения.
22. Изменения в организационной структуре компании.
23. Должность категорийный менеджер – задачи, функции, критерии результативности.
24. Должностная инструкция категорийного менеджера.
25. Товарная категория – определение. Классификация ролей товарных категорий.
26. Структурирование ассортимента. Товарный классификатор и ассортиментная матрица – структура и правила построения. Свойства ассортимента.
27. Выделение товарных категорий в ассортименте. Определение структуры категории.
28. Алгоритм проведения кросс-категориального анализа.
29. Балансировка ассортимента по ширине (определение роли категорий) и глубине (определение вклада товара внутри категории).
30. Категорийный мерчендайзинг и стимулирование продаж.
31. Товарные запасы, оборачиваемость.
32. Товарные запасы, оптимальный страховой запас.
33. Методы оценки товарных запасов.
34. Товарные потери – виды, причины возникновения, методы оценки и предупреждения, технология списания.
35. Дефицит и излишки товара.
36. Методы анализа эффективности ассортиментной политики.
37. Тактические методы анализа ассортимента.
38. Стратегические методы анализа ассортимента.
39. Цена товара – функции, виды, структура.

40. Ценовая политика розничного магазина.
41. Ценовые стратегии – классификация, характеристика.
42. Методы ценообразования – классификация, характеристика.
43. Тактические методы ценообразования
44. Ценовая политика при управлении товарными категориями.
45. Управление товарным ассортиментом с позиции категорийного менеджмента.
46. Схема бизнес-процесса категорийного менеджмента в розничной торговле.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Еремина О.Ю. Товарный менеджмент [Текст]: учеб. пособие / О.Ю. Еремина, О.В. Евдокимова, В.И. Уварова; Под ред. Т.Н. Иванова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 234 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=610206>
2. Левушкина С.В. Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / сост. С.В. Левушкина; Ставропольский гос. аграрный ун-т. – Ставрополь, 2014. – 136 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/61123#book_name
3. Киселев В.М. Категорийный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / В.М. Киселев, М.А. Николаева. – М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 208 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=422662>
4. Николаева М.А. Товарная политика [Текст] : учебник для бакалавриата / М.А. Николаева. – Москва : НОРМА : ИНФРА-М, 2015. – 256 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=505674>
5. Лифиц И.М. Товарный менеджмент [Текст] : учебник для прикладного бакалавриата по направлению 100.700.62 «Торговое дело» / И.М. Лифиц, Ф.А. Жукова, М.А. Николаева ; Рос. эконом. ун-т им. Г. В. Плеханова. – Москва : Юрайт, 2014. – 405 с.

Дополнительная литература:

1. Товарный менеджмент [Текст]: учеб. пособие / Под ред. Т.Н. Ивановой. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 234 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=414518>
2. Сысоева С.В. Большая книга директора магазина 2.0. Новые технологии / С.В. Сысоева, Г. Крок. – СПб.: Питер, 2015. – 464 с. – Режим доступа: <https://ibooks.ru/reading.php?productid=345109>

3. Сысоева С.В. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице [Текст] / С.В. Сысоева, Е. А. Бузукова. – СПб. : Питер, 2008. – 331 с. 1 электрон. опт. диск (CD).
4. Сысоева С.В. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент [Текст] / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2011 – 288 с.
5. Рыбакова Г.Р. Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс [для студентов напр. 38.03.07 (100800.62) «Товароведение», профиля 38.03.07.03 (100800.62.03) «Товароведение и экспертиза товаров в области стандартизации, сертификации и управления качеством продукции»] / Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т ; сост.: Г.Р. Рыбакова, Г.С. Гуленкова, И.В. Дойко.- Красноярск : СФУ, 2015. – Режим доступа:<http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/UMKD/i-408965620.exe>
6. Степанов В.И. Логистика в товароведении. / Серия: Высшее профессиональное образование. – М.: Академия, 2007. – 272 с.

Специализированные (отраслевые) издания:

Стандарты и качество, Методы оценки соответствия, Техническое регулирование, Спрос, Потребитель, Эксперт, Конкуренты и качество, Партнеры и конкуренты, Российское предпринимательство, Управление магазином, Современная торговля, Менеджмент в России и за рубежом, Маркетинг, Маркетинг в России и за рубежом, «Consumer Reports», «Which», «Business, Commerce and Trade», «Process Control and Quality».

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Товароведение и экспертиза товаров [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам ассортимента, экспертизы, идентификации и обнаружения фальсификации товаров. – Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru/>.
2. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.marketing.spb.ru .
3. Супер-розница. Обучение и консалтинг в розничной торговле [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам торговли и маркетинга. – Режим доступа: <http://www.retailclub.ru>.
4. Ритейлер [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам торговли и маркетинга. – Режим доступа: <http://www.retailer.ru>.
5. Маркетинг в России и за рубежом [Электронный ресурс] : научно-практич. журн. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/>.

6. Маркетинг журнал 4p.ru [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам торговли и маркетинга. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/index.php>.
7. Маркетолог [Электронный ресурс] : научно-практич. журн. – Режим доступа: <http://www.marketolog.ru/>.
8. Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : научно-практич. журн. / «Издательский дом Гребенникова» – Режим доступа: <http://www.mmr.ru/>.
9. Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе» [Электронный ресурс] : электронная библиотека деловой литературы и документов. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/>.
10. Экономика и управление на предприятиях : научно-образовательный портал [Электронный ресурс] : библиотека экономической и управленческой литературы. – Режим доступа: <http://eup.ru/>.
11. Точка продаж [Электронный ресурс] : – ежемесячный журнал для руководителей торговых предприятий. Посвящен широкому спектру управленческих стратегий в розничной торговле. В журнале рассматриваются проблемы магазиностроения, методы продвижения товаров, взаимоотношения с поставщиками и производителями товаров, практика мерчандайзинга, управление кадрами, актуальные юридические вопросы, связанные с розничной торговлей. – Режим доступа: <http://www.eaim.ru/>
12. Управление магазином [Электронный ресурс] : научно-практич. журн. – Режим доступа: <http://www.trademangement.ru/> .
13. Ритейлеру и поставщику [Электронный ресурс] : на сайте представлена подборка статей, посвященных вопросам торговли. – Режим доступа: www.retail.ru.

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа студентов направлена на изучение рекомендуемой учебно-методической, справочной литературы и информационных ресурсов с целью углубления теоретических знаний и развития навыков в области эффективного управления ассортиментом товаров на всех этапах жизненного цикла. В процессе работы с литературой рекомендуется использование различных инструментов анализа, сбор вторичных и первичных данных, изучение интервью, пресс-релизов, новостей и т.п.

Контроль СРС осуществляется на лабораторных (практических) занятиях в течение семестра путем опроса, решения ситуационных задач, обсуждения актуальных проблем, защиты лабораторных работ.

Рекомендуемые формы текущего контроля ставят своей целью закрепление теоретических вопросов, рассмотренных на лекциях, углубление

знаний по отдельным вопросам дисциплины и получение навыков организации самостоятельной исследовательской работы.

Распределение самостоятельной работы по видам, формам контроля:

Виды самостоятельной работы	Форма контроля	Сроки выполнения	Объем работы, акад. часы
Изучение теоретического материала	Блиц-опрос	в течение семестра	12
Подготовка к лабораторным (практическим) занятиям	Конспект, решение ситуационных задач, разбор конкретных ситуаций («Case study»), подготовка к защите работы	в течение семестра	14
Подготовка курсовой работы	Защита	в течение семестра	28

Обязательной для студентов является выполнение и публичная защита курсовой работы по курсу «Товарный менеджмент».

Примерная тематика курсовых работ

1. Выявление типологии потребителей товаров и совершенствование на ее основе структуры ассортимента (на примере однородных групп и видов продукции).
2. Оценка степени удовлетворенности потребителей ассортиментом и качеством товара (на примере однородных групп и видов продукции).
3. Потребительская оценка ассортимента товаров (на примере однородных групп и видов продукции или отдельного торгового предприятия).
4. Исследование фактического и формирование оптимального ассортимента товаров (на примере однородных групп и видов продукции или отдельного торгового предприятия).
5. Оптимизация ассортимента товаров на основе анализа его структуры и показателей качества (на примере однородных групп и видов продукции или отдельного торгового предприятия).
6. Структурирование ассортимента с использованием методов категорийного менеджмента (на примере однородных групп и видов продукции или отдельного торгового предприятия).
7. Особенности мерчандайзинга потребительских товаров (на примере однородных групп и видов продукции).
8. Оценка эффективности ассортиментной политики (на примере однородных групп и видов продукции или отдельного торгового предприятия).

9. Влияние условий хранения и транспортирования на изменение потребительских свойств товаров (на примере однородных групп и видов продукции)
10. Управление ассортиментом потребительских товаров (на примере отдельной товарной группы или отдельного торгового предприятия)
11. Применение социологических методов при исследовании товарных рынков (на примере отдельной товарной группы или отдельного торгового предприятия).
12. Эффективный менеджмент потребительской упаковки (на примере упаковки для отдельных групп или видов продукции).
13. Место товарного знака в системе информации о товаре и защите его от фальсификации.
14. Управление товарными запасами (на примере однородных групп и видов продукции или отдельного торгового предприятия)

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

Для выполнения практических заданий слушателям может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или демо-версии): Microsoft Word, Excel, PowerPoint, Internet Explorer и др.

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

- Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>;
- Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://elibrary.ru>;
- Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.znanium.com>;
- Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rucont.ru>;
- Электронно-библиотечная система «Лань» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://e.lanbook>;
- Справочная правовая система Консультант Плюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>;
- Справочная правовая система Гарант. Ру [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

- мультимедийное оборудование для проведения лекций и презентаций работ;
- пакет лекций-презентаций, условия задач;
- библиотечный фонд ТЭИ СФУ;
- учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.