



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КОНКУРЕНЦИЯ

по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)
«Управление продажами»

*Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело,
направленность (профиль) «Управление продажами»*

Рабочая программа дисциплины «Конкуренция» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление продажами» и предназначена для обучающихся очно-заочной формы обучения.

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Конкуренция» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 963.

Изучение дисциплины «Конкуренция» ориентировано на получение обучающимися знаний и представлений о сущности конкуренции и базовых концепций теории конкуренции: о конкурентных действиях; о конкурентных стратегиях и тактиках; о методах и пространствах конкуренции; о конкурентной политике в России и антимонопольном регулировании экономики; о конкурентоспособности и способах ее оценки.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Цель и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Конкуренция» является формирование у обучающегося способности решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами:

- осуществлять поиск, сбор и анализ информации необходимой для решения профессиональных задач по управлению торговоэкономическими системами;
- анализировать и оценивать ресурсный потенциал в целях управления торгово-экономическими системами.

Задачи дисциплины

В соответствии с этими целями основные задачи дисциплины заключаются в формировании следующих результатов освоения дисциплины.

Обучающийся должен:

Знать:

- основные понятий в области конкуренции и конкурентной политики; инструменты поиска и методы исследования эффективных направлений финансового обеспечения инновационного развития на микро-, макро-, и мезоуровне;
- методологию оценки конкурентоспособности торговых организаций и разработки конкурентных стратегий;

Уметь:

- выявлять устойчивые конкурентные преимущества торговых организаций на основе сбора и анализа данных конкурентов;
- оценивать устойчивые конкурентные преимущества торговых организаций на основе сбора и анализа данных конкурентов;

Иметь опыт:

- проведения конкурентного анализа для получения информации о конкурентах;
- применения инструментов анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимо для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торговотехнологической) в целях управления торговоэкономическими системами	ПК-1	1.2. Осуществляет поиск, сбор и анализ информации и необходимо для решения профессиональных задач по управлению торговоэкономическими системами	<ul style="list-style-type: none"> • основные понятия в области конкуренции и конкурентной политики; • инструменты поиска и методы исследования эффективных направлений финансового обеспечения инновационного развития на микро-, макро-, и мезоуровне; • методологию оценки конкурентоспособности торговых организаций и разработки конкурентных стратегий; 	<ul style="list-style-type: none"> • выявлять устойчивые конкурентные преимущества торговых организаций на основе сбора и анализа данных конкурентов; • оценивать устойчивые конкурентные преимущества торговых организаций на основе сбора и анализа данных конкурентов; 	<ul style="list-style-type: none"> • проведения конкурентного анализа для получения информации о конкурентах; • применения инструментов анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности. 	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>

3. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической		
<i>Тема 1. Конкуренция и конкуренты.</i>	1		1							4	Тест /6
<i>Тема 2. Конкурентные действия в предпринимательстве.</i>										4	Тест /6
<i>Тема 3. Стратегии конкурентных действий.</i>				1						4	Отчет по ситуационному практикуму / 7
<i>Тема 4. Стратегический менеджмент конкурентных действий.</i>			1							4	Тест /6
<i>Тема 5. Деятельность государства по защите и развитию конкуренции.</i>	1			1						4	Отчет по ситуационному практикуму / 7
<i>Тема 6. Тактика конкурентных действий.</i>										4	Отчет по ситуационному практикуму / 7
<i>Тема 7. Тактические модели наступления и тактические наступательные операции.</i>										4	Отчет по ситуационному практикуму / 7
<i>Тема 8. Тактические модели обороны и тактические оборонительные операции в конкуренции.</i>										4	Отчет по ситуационному практикуму / 7
<i>Тема 9. Тактические комбинации. Конкурентная разведка.</i>	1									4	Отчет по ситуационному практикуму / 7
<i>Тема 10. Тактические хитрости.</i>										4	Отчет по ситуационному практикуму / 7
<i>Тема 11. Тактический менеджмент конкурентных действий.</i>			1							4	Тест /6

Тема 12. Конкурентные ситуации.	1			1						4	Отчет по ситуационному практикуму / 7	
Тема 13. Конкурентный статус участников рынка.										4	Отчет по ситуационному практикуму / 7	
Тема 14. Личностное начало конкуренции в предпринимательстве.			1								4	Тест /6
Тема 15. Основы конкурентного анализа и оценки.				1							4	Отчет по ситуационному практикуму / 7
Всего:/сем.	4		4	4						60	100	
Контроль, час/сем.											зачет	
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	72											
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	2											

4. Содержание дисциплины

Тема 1. Конкуренция и конкуренты.

Конкурентная функция в предпринимательстве. Стороны конкуренции и конкурентная среда в предпринимательстве. Конкурентные преимущества и недостатки субъектов предпринимательства. Объекты конкуренции в предпринимательстве. Конкуренция «за результаты». Конкурентные позиции субъектов предпринимательства. Конкуренция за ресурсы в предпринимательстве. Понятие конкурентоспособности. Конкуренция за осуществление бизнес-процессов и выполнение конкурентных действий. Конкурентная среда и конкурентная функция. Сила и слабость конкурентов.

Тема 2. Конкурентные действия в предпринимательстве.

Место конкурентных действий в современной теории конкуренции. Конкурентное взаимодействие в предпринимательстве. Конкурентное позиционирование. Виды конкурентного позиционирования в предпринимательстве. Особенности и типы конкурентного взаимодействия в предпринимательстве. Воздействие на соперников и противодействием им в конкуренции. Виды конкурентных действий, применяемые участниками рынка для воздействия на соперников. Виды конкурентных действий, применяемые участниками рынка для противодействия соперникам. Методы конкуренции, применяемые участниками рынка для воздействия на соперников и противодействия им. Ценовые методы конкуренции. Неценовые методы конкуренции. Направления конкуренции вокруг товаров (услуг, работ). Методы конкуренции за ресурсы в предпринимательстве. Методы конкуренции за доступ к внешним источникам ресурсов. Методы конкуренции за конвертацию результатов в ресурсы. Методы использования чужих конкурентных преимуществ и недостатков. Методы конкуренции за информацию в

предпринимательстве. Виды и методы взаимного содействия участников рынка. Бездействие в конкуренции. Менеджмент конкурентных действий.

Менеджмент типов и характера конкурентного взаимодействия. Менеджмент эффективности конкурентных действий.

Тема 3. Стратегии конкурентных действий.

Определение стратегии конкурентных действий. Классификация стратегий конкурентных действий. Конкурентная стратегия монополизации. Причины возникновения монополий. Направления применения стратегии механической монополизации. Конкуренция как предпосылка стратегических альянсов в предпринимательстве. Конкурентная стратегия сильного интегратора. Конкурентная стратегия полного отступления. Конкурентная стратегия слабого интегратора. Конкурентная стратегия простого обособления. Конкурентная стратегия обособления специализированного бизнеса. Конкурентная стратегия дезинтеграции.

Стратегия кооперации с конкурентами. Стратегические альянсы как способ кооперации с конкурентами. Стратегия компромисса с конкурентами.

Тема 4. Стратегический менеджмент конкурентных действий. Разработка конкурентных стратегий. Стратегические цели участия в конкуренции. Стратегическое пространство конкуренции. Стратегические области бизнеса. Стратегические конкуренты и другое стратегическое окружение. Выбор стратегий конкурентных действий. Стратегическое планирование конкурентных действий. Сочетание стратегий конкурентных действий. Стратегические маневры в конкуренции. Стратегическое конкурентное поле. Стратегическая конкурентная диспозиция. Организация, мотивация и контроль в стратегическом менеджменте конкурентных действий.

Тема 5. Деятельность государства по защите и развитию конкуренции.

Государственная конкурентная политика. Защита конкуренции. Государство как антимонопольный конфигурактор рынка.

Антимонопольное законодательство. Государственные антимонопольные органы. Противодействие монополизации рынков и созданию нежелательных монополий. Количественное определение доминирующих конкурентных позиций. Антитрестовское и антикартельное регулирование рынков. Государственные меры по развитию конкуренции.

Тема 6. Тактика конкурентных действий.

Определение тактики конкурентных действий. Тактические периоды конкуренции. Соотношение тактики и стратегии конкуренции. Тактические результаты конкурентных действий. Тактические конкурентные преимущества и недостатки. Слагаемые конкурентоспособности тактических конкурентов. Тактический конкурентный потенциал и ключевые факторы успеха участников рынка. Баланс конкурентных сил между тактическими соперниками. Тактическая конкурентная устойчивость участников рынка. Тактические модели конкуренции. Тактические поля конкуренции. Фронт, фланги и тыл в тактике конкурентных действий. Тактические конкурентные операции.

Тема 7. Тактические модели наступления и тактические наступательные операции.

Тактика наступления в конкуренции. Тактические модели наступления в конкуренции. Типы и виды тактических наступательных операций. Тактические наступательные операции в соперничестве за выгодные конкурентные позиции. Тактические наступательные операции в соперничестве за продукцию и цены.

Тактические наступательные операции в соперничестве за ресурсы. Тактические операции по обеспечению превосходства в технических характеристиках конкуренции. Фланговые тактические наступательные операции. Способы применения тактических наступательных операций. Стимулирование, организация и контроль применения стратегий конкурентных действий.

Тема 8. Тактические модели обороны и тактические оборонительные операции в конкуренции.

Тактика обороны в конкуренции. Тактические модели обороны в конкуренции. Типы и виды тактических оборонительных операций. Тактические операции остановки соперников. Тактические операции сковывания действий соперников. Тактические операции оборонительного перехвата. Тактические конкурентные контратаки. Способы применения тактических оборонительных операций. Сдерживающая, открытая, партизанская, выжидательная, рассеянная оборона. Эффективность, качество, скорость и интенсивность проведения тактических конкурентных операций.

Тема 9. Тактические комбинации. Конкурентная разведка.

Тактические комбинации в тактике наступления и тактике обороны. Комбинационный характер тактики конкурентных действий участников рынка. Тактические комбинированные модели наступления и обороны в условиях многостороннего соперничества. Тактическая модель укоренения в специализированных рыночных нишах. Тактические модели отступления в конкуренции. Тактические модели совместного наступления и совместной обороны. Тактические модели сотрудничества и партнерства конкурентов. Тактическая модель компромиссного сосуществования с конкурентами. Тактические и операционные маневры в конкуренции. Конкурентная разведка. Направления разведывательных действий в конкуренции. Конкурентный шпионаж. Задачи конкурентной контрразведки. Операционные тактические маневры участников рынка. Позиционные тактические маневры участников рынка. Выжидательные маневры и лавирование участников рынка. Комплексные тактические маневры участников рынка.

Тема 10. Тактические хитрости.

Место и роль тактических хитростей в тактике конкурентных действий. Типовые шаблоны тактических хитростей. Тактические капканы, уловки и головоломки. Применение тактических хитростей для создания «правильных» образов самих себя и соперников. Наполнение привлекательными чертами внешних атрибутов бизнеса. Демонстрация и имитация отношения к соперникам и другому окружению. Демонстрация и имитация деловой активности или ее отсутствия. Манипулирование стереотипными представлениями и реакциями. Создание и распространение иллюзий. Завлекающие и отвлекающие операционные маневры в конкуренции. Тактические головоломки. Искажение образов бизнеса с помощью иллюзий. Манипулирование стереотипными образами. Имитационные действия участников рынка. Установка тактических ловушек.

Тема 11. Тактический менеджмент конкурентных действий. Содержание тактического менеджмента конкурентных действий и его место в управлении бизнесом. Операционный менеджмент конкурентных действий. Постановка тактических задач. Тактические конкурентные диспозиции. Прогнозирование тактических периодов конкуренции. Моделирование тактики конкурентных действий. Операционные сценарии в конкуренции. Планы и технические регламенты в тактическом менеджменте конкурентных действий. Организационная регламентация проведения тактических конкурентных операций. Учет в организационных регламентах проведения конкурентных

операций законодательных ограничений. Понятие недобросовестной конкуренции. Законодательное противодействие недобросовестной конкуренции. Законодательное противодействие злоупотреблению конкурентами доминирующим положением. Диспозиции сторон конкурентных ситуаций. Ситуационное маневрирование.

Тема 12. Конкурентные ситуации.

Место конкурентных ситуаций в тактике конкурентных действий участников рынка. Классификация конкурентных ситуаций. Конъюнктура конкурентных ситуаций. Ситуационные конкурентные диспозиции. Действия участников рынка «по ситуации». Ситуационный менеджмент конкурентных действий. Ситуационные задачи участников рынка. Выигрыш и проигрыш конкурентных ситуаций. Рабочие схемы конкурентных действий «по ситуации». Ситуационные маневры в конкуренции. Особенности менеджмента конкурентных действий в дебютных ситуациях. Особенности менеджмента конкурентных действий в ситуациях середины тактических периодов конкуренции. Особенности менеджмента конкурентных действий в завершающих конкурентных ситуациях. Специальные объекты ситуационного менеджмента конкурентных действий.

Тема 13. Конкурентный статус участников рынка.

Понятие конкурентного статуса участников рынка. Необходимость его определения на основе функциональных (ролевых) критериев. Виды функциональных (ролевых) критериев определения конкурентного статуса участников рынка. Многопрофильные и специализированные конкуренты. Статус сильного и статус слабого конкурента. Группирование участников рынка по критерию места в конкурентной гонке. Конкурентный статус лидера конкурентной гонки как ведущего участника рынка. Типовые конкурентные диспозиции лидеров. Лидерство и монополизм.

Конкурентный статус претендента на лидерство в конкурентной гонке. Конкурентные диспозиции «претендент – лидер». Другие конкурентные диспозиции претендентов на лидерство. Заповеди лидеров и претендентов на лидерство. Устойчивые конформисты, не претендующие на лидерство. Аутсайдеры конкурентной гонки. Группирование участников рынка по критерию роли в воспроизводстве конкурентной среды. Особенности конкурентного статуса дебютантов и старожилов конкурентной среды. Десять правил успешного дебюта. Группирование участников рынка по их роли в обеспечении инновационного обновления конкурентной среды. Конкурентный статус конкурентов-изобретателей. Конкурентный статус конкурентов-распространителей. Конкурентный статус конкурентов-перехватчиков. Группирование участников рынка на многокритериальной основе с опорой на сравнение конкуренции в предпринимательстве и в живой природе. Междисциплинарные параллели в конкурентном анализе. Классификация А. Юданова.

Тема 14. Личностное начало конкуренции в предпринимательстве.

Ведущие руководители компаний как основные выразители личностного начала конкуренции. Селф-менеджмент их личной конкурентоспособности. Личная компетентность ведущих руководителей компаний в вопросах конкуренции и менеджмента конкурентных действий. Личная конкурентоспособность владельцев бизнеса и персонала фирм. Влияние личностных качеств и склонностей людей на конкурентоспособность участников рынка. Мотивы людей и коллективов фирм к участию в конкуренции. Конкурентные мотивы владельцев бизнеса и ключевых топ-менеджеров. Личные способности, качества и склонности как факторы личной конкурентоспособности владельцев бизнеса и топменеджеров компаний. Стили конкурентного поведения участников рынка. Инициативное – безынициативное, жесткое – мягкое, корректное – некорректное конкурентное поведение. Хладнокровное и импульсивное конкурентное

поведение. Агрессивное и неагрессивное конкурентное поведение. Стили конкурентного поведения – инструменты дополнительного влияния на соперников. Конкурентная самомотивация участников рынка. Поощрение сотрудников к укреплению личной конкурентоспособности. Стимулирование конкурентного менеджмента.

Тема 15. Основы конкурентного анализа и оценки.

Значение конкурентного анализа и оценки для достижения целей и решения задач конкуренции. Анализ и оценка развития участников рынка и конкурентной среды. Виды оценок, применяемые в конкурентном анализе. Собственные оценки участников рынка. Оценки со стороны потребителей. Оценки со стороны поставщиков, партнеров и конкурентов.

Оценки со стороны государства. Независимые оценки. Инструменты конкурентного анализа. Анализ сильных и слабых сторон участников рынка. Метод сравнения. Конкурентная карта рынка. Векторы конкурентных отличий. Определение ключевых показателей эффективности. Оценки силы конкурентных действий.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

1. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебник для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560653>

2. Шишкин, М. В. Антимонопольное регулирование : учебник и практикум для вузов / М. В. Шишкин, А. В. Смирнов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17195-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561338>

Дополнительная литература

1. Кузнецова, Г. В. Международная конкурентоспособность стран : учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова, Е. И. Герман ; под общей редакцией Г. В. Кузнецовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 285 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21289-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569566>

2. Отварухина, Н. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 328 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16797-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531717>

5.2. Описание материально-технической базы

Учебная аудитория № 402 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол для преподавателя) – 17 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 33 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;

- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Учебная аудитория № 105 (Специализированная аудитория для лиц с ОВЗ), для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 4 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 4 шт.;
- моноблоки с установленным программным обеспечением – 4 шт.;
- компьютерные мыши – 4 шт.;
- клавиатуры – 4 шт.;
- акустический усилитель – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- интерактивная электронная доска на мобильной платформе – 1 шт.;
- портативная индукционная система для слабослышащих (индукционная петля) – 1 шт.;
- портативный бытовой усилитель звука – 1 шт.;
- лупа пластмассовая – 1 шт.;
- прибор письма по Брайлю – 1 шт.;
- грифель для письма по Брайлю (мужской – 1 шт., женский – 1 шт.);
- тетради для письма по Брайлю – 3 шт.
- бумага для письма по Брайлю – 1 пачка;
- активный захват для инвалидов – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

Windows (зарубежное, возмездное), MS Office (зарубежное, возмездное), Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое), Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое), графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое), Planner 5D (российское, свободно распространяемое), Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое), Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое), КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Для лиц с ОВЗ:

расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитория («Аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («105») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся – аудитория № 113 (в том числе, адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 6 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 6 шт.;
- ноутбуки с установленным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института – 6 шт.;

- компьютерные мыши – 6 шт.;

- колонки – 2 шт.;

- проектор – 1 шт.;

- экран – 1 шт.;

- МФУ – 1 шт.;

- телевизор – 1 шт.;

- доска маркерная – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);

- MS Office (зарубежное, возмездное);

- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);

- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Аудитория расположена на 1 этаже, имеет расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитории («Адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («113») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»

3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»

4. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»