

ПЕРВОЕ ВЫСШЕЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ УЧЕБНОЕ ЗАВЕДЕНИЕ РОССИИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОПОП ВО
профессор А.Е. Череповицын

Проректор по образовательной
деятельности
доцент Д.Г. Петраков

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Уровень высшего образования: *Бакалавриат*

Направление подготовки: *38.03.01 Экономика*

Направленность (профиль): *Экономика предприятия и организации*

Квалификация выпускника: *бакалавр*

Форма обучения: *очная*

Составитель: *Доцент Л.Г. Туровская*

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины «Организация предпринимательской деятельности»
разработана:

- в соответствии с требованиями ФГОС ВО – *бакалавриат по направлению подготовки «38.03.01 Экономика», утвержденного приказом Минобрнауки России № 954 от 12.08.2020г.;*

- на основании учебного плана *бакалавриата по направлению подготовки «38.03.01 Экономика» направленность (профиль) «Экономика предприятия и организации».*

Составитель _____ *к.т.н., доц. Л.Г. Туровская*

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики, организации и управления от 04.02.2021 г., протокол № 7.

Заведующий кафедрой _____ *д.э.н., проф. А.Е. Череповицын*

Рабочая программа согласована:

Начальник отдела
лицензирования, аккредитации и
контроля качества образования _____ *Ю.А. Дубровская*

Начальник отдела методического
обеспечения учебного процесса _____ *А.Ю. Романчиков*

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель - приобретение студентами необходимых теоретических знаний и развитие навыков решения ряда конкретных вопросов по организации предпринимательской деятельности.

Предметом изучения дисциплины является широкий круг различных аспектов предпринимательской деятельности предприятий, включающий такие вопросы, как изучение нормативных документов, регулирующих предпринимательскую деятельность, принятие управленческих решений и их оптимизация, основные положения маркетинга и некоторые другие.

Основными задачами дисциплины являются:

- применение приобретённых теоретических и практических знаний при организации предпринимательской деятельности;
- овладение методикой организации предпринимательской деятельности;
- приобретение навыков работы с нормативными материалами, регламентирующими предпринимательскую деятельность.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Организация предпринимательской деятельности» относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки «38.03.01 Экономика направленность (профиль) «Экономика предприятия и организации» и изучается в 8-м семестре.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Организация предпринимательской деятельности» являются: «Право», «Маркетинг», «Менеджмент», «Ценообразование»; «Бизнес-планирование», «Налоги и налогообложение».

Дисциплина «Организация предпринимательской деятельности» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Оценка бизнеса», «Оценка недвижимости». Особенностью дисциплины является её прикладной характер, на практических занятиях студенты получают навыки работы с нормативными документами в справочно-поисковой системе Консультант Плюс, создают организацию (регистрируют, составляют бизнес-план, выбирают систему налогообложения), пользуются программой «Альт-инвест» для составления бизнес-плана.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Организация предпринимательской деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

Формируемые компетенции		Код и наименование индикатора достижения компетенции
Содержание компетенции	Код компетенции	
Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.	УК-10.1. Знать основные экономические понятия, базовые принципы функционирования экономики, основные принципы и методы экономического анализа, критерии обоснования экономических решений в различных областях жизнедеятельности УК-10.2. Уметь воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений в личной и профессиональ-

Формируемые компетенции		Код и наименование индикатора достижения компетенции
Содержание компетенции	Код компетенции	
		ной сферах УК-10.3. Владеть методами и инструментами экономического анализа для обоснованного принятия решений и достижения поставленных целей
Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.	ОПК-4.1. Знать основы маркетинга, ценообразования, менеджмента, организации и планирования производства; критерии экономической целесообразности и финансовой состоятельности организационно-управленческих решений, принимаемых на уровне предприятий (организаций); методы и основные экономико-математические модели выбора оптимального решения экономических задач ОПК-4.2. Уметь выбрать инструментальные средства принятия решений в области маркетинга, ценообразования, оптимального использования ресурсов, управления затратами предприятия и объемом производства, принятия организационно-экономических, инвестиционных и финансовых решений ОПК-4.3. Владеть навыками обоснования ценовых стратегий, стратегий дифференциации продукции, определения оптимального объема производства и рационального использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов, оценки эффективности инвестиционных и инновационных решений в условиях риска
Способен выявлять тенденции развития рынков минерального сырья и анализировать показатели внешнеэкономической деятельности нефтегазовых и горных компаний	ПКС-3.	ПКС-3.1. Знать нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность предприятий минерально-сырьевого комплекса, в том числе при осуществлении ими внешнеэкономической деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость учебной дисциплины составляет 3 зачётных единицы, 108 ак. часа.

Вид учебной работы	Всего ак. часов	Ак. часы по семестрам
		8
Аудиторная работа, в том числе:	48	48
Лекции (Л)	24	24
Практические занятия (ПЗ)	24	24
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа студентов (СРС), в том числе:	60	60
Выполнение курсовой работы (проекта)		
Расчетно-графическая работа (РГР)		
Реферат		
Подготовка к практическим занятиям	30	30
Подготовка к лабораторным занятиям		
Подготовка к зачету / дифф. зачету	30	30
Промежуточная аттестация –	ДЗ	ДЗ
Общая трудоёмкость дисциплины		
	ак. час.	108
	зач. ед.	3

4.2. Содержание дисциплины

Учебным планом предусмотрены: лекции, практические занятия и самостоятельная работа.

4.2.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Наименование разделов	Виды занятий				
	Всего ак. часов	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа студента,
Раздел 1 «Рыночные категории»	18	4	4	-	10
Раздел 2 «Основы управления предприятием.»	49	12	12	-	25
Раздел 3 «Предпринимательская деятельность в минерально-сырьевом комплексе»	41	8	8	-	25
Итого:	108	24	24	-	60

4.2.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоёмкость в ак. часах
1	Рыночные категории	Понятие «рынок» и «рыночные отношения». Особенности рыночных отношений. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.	4

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак. часах
		Понятие бизнеса как системы взаимоотношений производителей и потребителей. Конкуренция, ее виды. Государственное регулирование рыночных отношений. Требования к государственному регулированию	
2	Основы управления предприятием	Принципы, цели и функции управления предприятием. Принципы управления и их реализация на промышленном предприятии. Целевой подход к управлению предприятием. Формирование системы целей. Функциональный подход к управлению предприятием. Типовые элементы управленческого цикла, общие для всех функций управления предприятием. Менеджмент, его понятие и задачи. Понятие и задачи менеджмента, его содержание. Значение менеджмента в современных условиях. Условия его использования. Зависимость эффективности экономики от «интеллектуального капитала». Менеджер, требования, предъявляемые к нему.	12
3	Предпринимательская деятельность в минерально-сырьевом комплексе	Правовое регулирование предпринимательской деятельности в минерально-сырьевом комплексе. Организационно-правовые формы предприятий, применяемые в минерально-сырьевом комплексе.	8
Итого:			24

4.2.3. Практические занятия

№ п/п	Разделы	Тематика практических занятий	Трудоемкость в ак. часах
1	Раздел 1	Организационно-правовые формы (ОКОПФ ОК 028-2012), Виды экономической деятельности (ОКВЭД ОК 029-2014)	4
2	Раздел 2	Выбор области деятельности, в которой вы хотите работать. Провести маркетинговые исследования в выбранной области деятельности. Ознакомление с нормативными документами, регулирующими, выбранную область деятельности. Выбор организационно – правовой формы и системы налогообложения для будущей организации. Разработка проекта для будущего бизнеса. Порядок регистрации юридических лиц. Подготовка учредительных документов.	12
3	Раздел 3	Ознакомление с нормативными документами, регулирующими деятельность предприятий в МСК. Подготовка перечня документов для регистрации предприятия в МСК.	8
Итого:			24

4.2.4. Лабораторные работы

Лабораторные работы не предусмотрены

4.2.5. Курсовые работы (проекты)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе обучения применяются:

Лекции, которые являются одним из важнейших видов учебных занятий и составляют основу теоретической подготовки обучающихся.

Цели лекционных занятий:

- дать систематизированные научные знания по дисциплине, акцентировать внимание на наиболее сложных вопросах дисциплины;
- стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся, способствовать формированию их творческого мышления.

Практические занятия.

Цели практических занятий:

- совершенствовать умения и навыки решения практических задач.
- Главным содержанием этого вида учебных занятий является работа каждого обучающегося по овладению практическими умениями и навыками профессиональной деятельности.

Консультации (текущая консультация, накануне дифф. зачета) являются одной из форм руководства учебной работой обучающихся и оказания им помощи в самостоятельном изучении материала дисциплины, в ликвидации имеющихся пробелов в знаниях, задолженностей по текущим занятиям, в подготовке письменных работ (проектов).

Текущие консультации проводятся преподавателем, ведущим занятия в учебной группе, научным руководителем и носят как индивидуальный, так и групповой характер.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях и других занятиях, выработку навыков самостоятельного активного приобретения новых, дополнительных знаний, подготовку к предстоящим учебным занятиям и промежуточному контролю.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Тематика для самостоятельной подготовки

Раздел 1. Рыночные категории

1. Типы рынка.
2. Конкурентность.
3. Интегрированность.
4. Ценовая конкуренция.
5. Неценовая конкуренция.

Раздел 2. Основы управления предприятием

1. Принципы, цели и функции управления предприятием.
2. Задачи менеджмента.
3. Структура менеджмента.
4. Задачи производственного менеджмента.
5. Задачи финансового менеджмента.

Раздел 3. Стратегия организационных изменений

1. Основные принципы, методы и функции маркетинга.
2. Концепция совершенствования производства.
3. Концепция совершенствования товара.
4. Концепция интенсификации коммерческих усилий.
5. Концепция маркетинга.

Раздел 4 Понятие маркетинга

1. Задачи маркетинга.
2. Концепции маркетинга.
3. Международный маркетинг.
4. Экономическая среда.

5. Политическая среда.

6.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации (дифференцированного зачета)

6.2.1. Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету (по дисциплине):

1. Какие могут быть типы рынка?
2. Что означает конкурентность?
3. Что означает интегрированность?
4. Что означает ценовая конкуренция?
5. Что означает неценовая конкуренция?
6. Задачи менеджмента?
7. Структура менеджмента?
8. Задачи производственного менеджмента?
9. Задачи финансового менеджмента?
10. Задачи маркетинга?
11. Каковы основные принципы, методы и функции маркетинга?
12. Что означает концепция совершенствования производства?
13. Что означает концепция совершенствования товара?
14. Что означает концепция интенсификации коммерческих усилий?
15. Что означает концепция маркетинга?
16. Что означает концепция социально-этического маркетинга?
17. Что означает ориентация на производство?
18. Что означает ориентация на сбыт?
19. Что означает ориентация на потребителя?
20. Что означает ориентация на общество?
21. Что включает среда международного маркетинга?
22. Что означает экономическая среда?
23. Что означает политическая среда?
24. Что означает культурная среда?
25. Какие существуют методы выхода на международный рынок?
26. Каковы задачи и возможности рекламы?
27. Как разрабатывается стратегия рекламной деятельности?
28. Какие существуют средства распространения рекламы?
29. В чем проявляется эффективность рекламной деятельности?
30. Что представляет собой маркетинговая информация?
31. Что представляет собой информационный процесс маркетинга?
32. Что представляет собой определение проблемы?
33. Что представляет собой анализ вторичной информации?
34. Что представляет собой получение первичной информации?
35. Что представляет собой анализ полученных данных?
36. На основании чего составляются конъюнктурные прогнозы?
37. В чем воплощаются конъюнктуры рынка?
38. Какие существуют типы спроса?
39. Какие факторы, влияют на изменение спроса?
40. Какие факторы, приводят к изменению предложения?
41. Какие причины, определяют роль сбытовых систем в экономике?
42. Какие существуют элементы системы сбыта?
43. Какие существуют формы сбыта продукции?
44. Какие существуют методы продвижения товаров на рынке?
45. Какие существуют способы продвижения товаров?
46. Какие факторы, влияют на установление цены?

47. Каковы процедура установления цены?

48. От чего зависит политика и стратегия ценообразования?

6.2.2. Примерные тестовые задания к дифференцированному зачету

Вариант 1

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
1.	Рынок, который принципом своего функционирования ставит в приоритетное положение потребителей товаров по отношению к продавцам, имеет тип:	1. «диктат потребителей»; 2. «диктат продавца»; 3. «директивный рынок»; 4. рынок может быть только «свободным».
2.	Что позволяет постоянно поддерживать высокое качество продаваемой продукции, соблюдать приемлемые цены на нее и тем самым удовлетворять потребности покупателя с учетом его требований и вкуса?	1. конкуренция; 2. интегрированность; 3. монополия; 4. олигополия.
3.	Когда продавец завоевывает свою определенную «нишу» рынка и выделяет на ней свой товар, с помощью снижения цен – это:	1. неценовая конкуренция; 2. ценовая конкуренция; 3. незаконные методы; 4. регулируемый рынок.
4.	Вид деятельности по руководству людьми и область знаний, направленная на реализацию этой функции – это:	1. менеджмент; 2. маркетинг; 3. аутсорсинг; 4. факторинг.
5.	Контроль – это:	1. деятельность, отслеживающая соответствие фактических результатов запланированным, и вносящая коррективы в фактическое состояние дел; 2. основа успешного осуществления всех последующих решений предприятия; 3. специфическая деятельность по налаживанию координации внутрипроизводственных подразделений предприятия в деле оптимального использования ресурсов; 4. процесс, связанный с межличностным и организационным общением при передаче информации между внутрипроизводственными подразделениями организации.
6.	Управление финансами во многих видах операций предприятия, как финансового, так и общеэкономического характера, по сделкам, целью которых является получение дохода, и по видам деятельности, не ставящим такие цели – это:	1. финансовый менеджмент; 2. производственный менеджмент; 3. маркетинг; 4. планирование.

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
7.	Совокупность взаимосвязанных по времени и в пространстве видов деятельности, направленных на предвидение, управление и удовлетворение на товары, услуги и идеи посредством взаимовыгодного обмена и эффективного товародвижения – это функция:	<ol style="list-style-type: none"> 1. финансового менеджмента; 2. производственного менеджмента; 3. маркетинга; 4. планирования.
8.	Какая из концепций маркетинга исходит из того, что потребители не будут покупать товары фирмы в достаточном количестве, если она не предпримет значительных усилий в сфере сбыта и стимулирования?	<ol style="list-style-type: none"> 1. концепция интенсификации коммерческих усилий; 2. концепция совершенствования производства; 3. концепция совершенствования товара; 4. концепция социально-этического маркетинга
9.	Какая концепция маркетинга в первую очередь уделяет внимание проблемам коренного улучшения деятельности маркетинга и всего того, что с ним непосредственно связано?	<ol style="list-style-type: none"> 1. ориентация на сбыт; 2. ориентация на производство; 3. ориентация на потребителя; 4. ориентация на общество.
10.	На каком этапе обычно преобладают задачи информационного характера?	<ol style="list-style-type: none"> 1. на этапе выведения на рынок нового товара или вида услуг; 2. на этапе роста товара, когда перед фирмой возникают проблемы формирования избирательного спроса; 3. на этапе зрелости товара, чтобы заставить покупателя вспомнить о существовавшей ранее продукции; 4. на этапе формирования идеи.
11.	В каком случае охват считается рациональным?	<ol style="list-style-type: none"> 1. если не менее 30% целевой аудитории было охвачено в течение одного года? 2. если не менее 70% целевой аудитории было охвачено в течение одного года; 3. если не менее 50% целевой аудитории было охвачено в течение одного года; 4. если не менее 60% целевой аудитории было охвачено в течение одного года.
12.	Совокупность признаков, характеризующих текущее состояние экономики в определенной период по сравнению с предшествующим моментом времени. – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. конъюнктура рынка; 2. емкость рынка 3. спрос 4. объем рыночного спроса

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
13.	Верхний предел, к которому движется спрос, т.е. максимально возможный спрос на товар или группу товара – это:	1.конъюнктура рынка; 2.емкость рынка 3.спрос 4.объем рыночного спроса
14.	Когда все или хотя бы значительная доля покупателей отвергает данный вид продукции и услуг – это:	1. негативный спрос; 2. потенциальный спрос; 3. снижающийся спрос; 4. колеблющийся спрос.
15.	Когда спрос превышает производственные возможности фирмы-продавца – это:	1. чрезмерный спрос; 2. иррациональный спрос; 3. снижающийся спрос; 4. колеблющийся спрос.
16.	Установление на рынке в результате взаимодействия производителей и потребителей таких цен на товары и услуги, которые не оставляют излишка у продавцов и не создают нехватку у покупателей – это:	1. рыночное равновесие; 2. эластичность предложения; 3. предложение; 4. полный спрос (оптимальный).
17.	Лицо либо фирма, приобретающие значительное количество товара у различных производителей и организуящие их движение в различную торговлю либо непосредственный сбыт потребителю – это:	1.канал сбыта; 2.оптовик (оптовый торговец); 3.розничный торговец; 4.брокер.
18.	Лицо, имеющее склад с товарами, которые он продает от своего имени, но на счет фирмы производителя – это:	1.консигнатор; 2.комиссионер; 3.оптовый агент; 4.торговый агент (сбытовой агент).
19.	Кто самостоятельно продает товары фирмы покупателям, но при этом он может иметь самый различный статус: работать с ограничениями (например, на условиях консигнации), обслуживать только данную фирму или только данных потребителей и т.д.?	1.консигнатор; 2.комиссионер; 3.оптовый агент; 4.торговый агент (сбытовой агент).
20.	На основании какого документа необходимо выбрать систему налогообложения при регистрации ИП?	1.гражданский кодекс; 2.трудовой кодекс; 3.налоговый кодекс; 4.конституция.

Вариант 2

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
1.	Рынок, для которого, характерно превышение спроса товара над его предложением, имеет тип:	1. «диктат потребителей»; 2. «диктат продавца»; 3. «директивный рынок»; 4. рынок может быть только «свободным».

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
2.	Стратегической целью бизнеса является:	<ol style="list-style-type: none"> 1. максимизация получаемой в результате реализации различных деловых сделок выгоды; 2. реализация стратегической цели бизнеса в каждом конкретном случае; 3. выполнение плана по выпуску продукции; 4. повышение благосостояния народа.
3.	Когда производитель ориентируется на то, что покупатель готов платить повышенную сумму за хорошо зарекомендовавшую себя вещь, вместо того, чтобы приобретать по меньшей цене аналогичный товар, но худший по каким-либо качественным показателям – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. неценовая конкуренция; 2. ценовая конкуренция; 3. незаконные методы; 4. регулируемый рынок.
4.	Профессиональный специалист по организации и управлению в сферах производства, сбыта и обслуживания, обладающий определенной административно- хозяйственной самостоятельностью – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. маркетолог; 2. экономист; 3. технолог; 4. менеджер.
5.	Коммуникация -	<ol style="list-style-type: none"> 1. процесс, путем которого менеджер побуждает других к работе; 2. процесс оказания влияния на других в связи с реализацией целей предприятия; 3. процесс, связанный с межличностным и организационным общением при передаче информации между внутрипроизводственными подразделениями предприятия; 4. основа успешного осуществления всех последующих решений предприятия.
6.	Задачи производственного менеджмента, решаемые в процессе производства:	<ol style="list-style-type: none"> 1. контроль и управление качеством; 2. производственный инжиниринг; 3. НИОКР, опытное производство; 4. размещение производственных запасов и организация снабжения.
7.	Когда спрос на товар превышает предложения или себестоимость товара слишком высока, и ее необходимо снизить применяется:	<ol style="list-style-type: none"> 1. концепция интенсификации коммерческих усилий; 2. концепция совершенствования производства; 3. концепция совершенствования товара; 4. концепция социально-этического маркетинга.

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
8.	Какая из концепций маркетинга исходит из установления потребностей и интересов целевых рынков и обеспечения желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными (чем у конкурентов) способами с одновременным сохранением или укреплением благополучия потребителя и общества в целом?	<ol style="list-style-type: none"> 1. концепция интенсификации коммерческих усилий; 2. концепция совершенствования производства; 3. концепция совершенствования товара; 4. концепция социально-этического маркетинга.
9.	В основу, какой концепции заложен принцип, по которому маркетинг переориентируется с общего сбыта продукции на удовлетворение потребностей каждого покупателя или конкретной группы покупателей?	<ol style="list-style-type: none"> 1. ориентация на потребителя; 2. ориентация на производство; 3. ориентация на сбыт; 4. ориентация на общество.
10.	На каком этапе задачи увещательного назначения имеют особую значимость?	<ol style="list-style-type: none"> 1. на этапе выведения на рынок нового товара или вида услуг; 2. на этапе роста товара, когда перед фирмой возникают проблемы формирования избирательного спроса; 3. на этапе зрелости товара, чтобы заставить покупателя вспомнить о существовавшей ранее продукции; 4. на этапе формирования идеи.
11.	Сколько раз за определенный отрезок времени покупатель должен столкнуться с рекламным обращением, чтобы она своей назойливостью не наскучила покупателю и вызвала у него отрицательные эмоции?	<ol style="list-style-type: none"> 1. количество рекламных обращений должно находиться в пределах 3-5; 2. количество рекламных обращений должно находиться в пределах 10-15; 3. количество рекламных обращений должно находиться в пределах 15-20; 4. количество рекламных обращений должно находиться в пределах 20-25.
12.	Количество продукта, которое потребители готовы и в состоянии купить по некоторой цене в течение определенного времени – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. конъюнктура рынка; 2. емкость рынка; 3. спрос; 4. объем рыночного спроса.
13.	Степень изменения спроса под влиянием того или иного фактора, рассчитываемая как отношение темпа роста спроса к темпу роста влияния данного фактора, т.е. показатель степени чувствительности потребителей к изменениям цены товара – это	<ol style="list-style-type: none"> 1. неэластичный спрос; 2. эластичный спрос; 3. емкость рынка; 4. объем рыночного спроса.
14.	Когда определенная группа людей начинает испытывать потребность в товаре или виде услуг, которые еще не существуют в массовом производстве – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. негативный спрос; 2. потенциальный спрос; 3. снижающийся спрос; 4. колеблющийся спрос.

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
15.	Когда удовлетворение спроса представляется нежелательным из-за вредных потребительских свойств некоторых видов товаров (алкогольные напитки, сигареты и т.д.) – это:	1.чрезмерный спрос; 2.иррациональный спрос; 3.снижающийся спрос; 4.колеблющийся спрос
16.	Понятие, характеризующее чувствительность предложения товаров на изменение их цены – это	1.рыночное равновесие; 2.эластичность предложения; 3.предложение; 4.полный спрос (оптимальный).
17.	Лицо либо фирма, непосредственно сбывающие относительно большое количество товара конечному потребителю и приобретающего товар у оптовика либо производителя – это:	1.канал сбыта; 2.оптовик (оптовый торговец); 3.розничный торговец; 4.брокер.
18.	Работает по договору с фирмой и ведет операции за ее счет. При этом ему может быть предоставлено исключительное право сбыта товара в определенных районах – это:	1.консигнатор; 2.комиссионер; 3.оптовый агент; 4.торговый агент (сбытовой агент).
19.	Кто специализируется, как правило, на продаже товаров длительного пользования, требующих значительного объема сервиса, который сам дилер и его помощники обычно и осуществляют?	1.дилер; 2.комиссионер; 3.оптовый агент; 4.торговый агент (сбытовой агент).
20.	Какой документ регулирует трудовые отношения между работником и работодателем?	1.гражданский кодекс; 2.трудовой кодекс; 3.налоговый кодекс; 4.конституция.

Вариант 3

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
1.	Когда экономика страны направлена не на удовлетворение потребностей общества, а на достижение политических целей с помощью директивных методов «сверху», рынок имеет тип:	1. «диктат потребителей»; 2. «диктат продавца»; 3. «директивный рынок»; 4. рынок может быть только «свободным».
2.	Тактика – это:	1.максимизация получаемой в результате реализации различных деловых сделок выгоды; 2.реализация стратегической цели бизнеса в каждом конкретном случае; 3.выполнение плана по выпуску продукции; 4.повышение благосостояния народа.

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
3.	Если для занятия «ниши» на рынке используются промышленный шпионаж; переманивание специалистов, обладающих производственными секретами; выпуск поддельных товаров, внешне не отличающихся от подлинников, но худшего качества; закупка образцов с целью их копирования и т.д. – это:	1. неценовая конкуренция; 2. ценовая конкуренция; 3. незаконные методы; 4. регулируемый рынок.
4.	Лидерство – это:	1. процесс, путем которого менеджер побуждает других к работе; 2. процесс оказания влияния на других в связи с реализацией целей предприятия; 3. процесс, связанный с межличностным и организационным общением при передаче информации между внутрипроизводственными подразделениями предприятия; 4. основа успешного осуществления всех последующих решений предприятия.
5.	Производственная деятельность, связанная с продвижением товаров и услуг на рынок на основе учета поступающей информации - это:	1. финансовый менеджмент; 2. производственный менеджмент; 3. маркетинг; 4. планирование.
6.	Задачи производственного менеджмента, решаемые во время подготовки к разворачиванию нового производства:	1. производственное управление, т.е. определение последовательности работ; 2. перестановки персонала и перемещение оборудования. 3. штатное расписание, определение количества работающих и уровня их квалификации; 4. диспетчеризация.
7.	Какая из концепций маркетинга строится на предпосылке, что потребители будут благосклонны к товарам, предполагающим наивысшее качество, лучшие эксплуатационные свойства и характеристики?	1. концепция интенсификации коммерческих усилий; 2. концепция совершенствования производства; 3. концепция совершенствования товара; 4. концепция социально-этического маркетинга.
8.	Какая концепция маркетинга основывалась на твердой уверенности в успешной реализации любого объема выпущенной продукции?	1. ориентация на производство; 2. ориентация на потребителя; 3. ориентация на сбыт; 4. ориентация на общество.
9.	Какая концепция маркетинга основывается на том, что индивидуальный маркетинг, сосредотачивая свое внимание на ограниченных группах лиц, игнорирует интересы социальных слоев общества и общества в целом?	1. ориентация на производство; 2. ориентация на потребителя; 3. ориентация на сбыт; 4. ориентация на общество.

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
10.	На каком этапе рекламные задачи напоминающего свойства наиболее актуальны?	<ol style="list-style-type: none"> 1. на этапе выведения на рынок нового товара или вида услуг; 2. на этапе роста товара, когда перед фирмой возникают проблемы формирования избирательного спроса; 3. на этапе зрелости товара, чтобы заставить покупателя вспомнить о существовавшей ранее продукции; 4. на этапе формирования идеи.
11.	Систематическое определение круга данных, необходимых для принятия управленческих решений, сбор, анализ и систематизация этих данных – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. маркетинговые исследования; 2. определение проблемы; 3. анализ вторичной информации; 4. получение первичной информации.
12.	Количество продукции, которое будет куплено определенной группой покупателей на конкретном рынке – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. конъюнктура рынка; 2. емкость рынка; 3. спрос; 4. объем рыночного спроса.
13.	Слабая чувствительность покупателей на изменение цены товара – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. неэластичный спрос; 2. эластичный спрос; 3. емкость рынка; 4. объем рыночного спроса.
14.	Спрос, который обеспечивает максимально возможные в данных условиях норму и массу прибыли – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. негативный спрос; 2. потенциальный спрос; 3. снижающийся спрос; 4. полный спрос (оптимальный).
15.	Количество товаров, которое продавцы готовы произвести и предложить к продаже на рынке по конкретным ценам из ряда возможных цен в течение определенного времени – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. рыночное равновесие; 2. эластичность предложения; 3. предложение; 4. полный спрос (оптимальный).
16.	Определенное звено системы сбыта данного товара, характеризующееся особыми функциями, условиями и ограничениями сбытовой деятельности - это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. канал сбыта; 2. оптовик (оптовый торговец); 3. розничный торговец; 4. брокер.
17.	Торговый посредник, организующий продажу товара, не приобретая его в собственность (т.е. «сводит» продавца и покупателя, совершая сделку на комиссионных началах) – это:	<ol style="list-style-type: none"> 1. канал сбыта; 2. оптовик (оптовый торговец); 3. розничный торговец; 4. брокер.
18.	Кто имеет свой склад и товары, но на основе консигнации, т.е. товары, передаются ему на ответственное хранение продуцентом?	<ol style="list-style-type: none"> 1. консигнатор; 2. комиссионер; 3. оптовый агент; 4. торговый агент (сбытовой агент).

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
19.	Какие документы необходимы для регистрации ИП?	1. трудовая книжка; 2. паспорт, ИНН; 3. паспорт, ИНН, СНИЛС, заявление о регистрации ИП; 4. заявление о регистрации ИП.
20.	Какое минимальное количество видов экономической деятельности необходимо указать при регистрации организации или ИП?	1. при регистрации организации или ИП указывать виды экономической деятельности не надо; 2. необходимо указать один основной вид экономической деятельности; 3. необходимо указать два вида экономической деятельности; 4. необходимо указать не менее трех видов экономической деятельности.

6.3. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

6.3.1. Критерии оценок промежуточной аттестации (дифференцированного зачета)

Примерная шкала оценивания знаний по вопросам/выполнению заданий дифференцированного зачета:

Оценка			
«2» (неудовлетворительно)	Пороговый уровень освоения «3» (удовлетворительно)	Углубленный уровень освоения «4» (хорошо)	Продвинутый уровень освоения «5» (отлично)
Посещение менее 50 % лекционных и практических занятий	Посещение не менее 60 % лекционных и практических занятий	Посещение не менее 70 % лекционных и практических занятий	Посещение не менее 85 % лекционных и практических занятий
Студент не знает значительной части материала, допускает существенные ошибки в ответах на вопросы	Студент поверхностно знает материал основных разделов и тем учебной дисциплины, допускает неточности в ответе на вопрос	Студент хорошо знает материал, грамотно и по существу излагает его, допуская некоторые неточности в ответе на вопрос.	Студент в полном объеме знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос
Не умеет находить решения большинства предусмотренных программой обучения заданий	Иногда находит решения, предусмотренные программой обучения заданий	Уверенно находит решения, предусмотренные программой обучения заданий	Безошибочно находит решения, предусмотренные программой обучения заданий
Большинство предусмотренных программой обучения заданий не выполнено	Предусмотренные программой обучения задания выполнены удовлетворительно	Предусмотренные программой обучения задания успешно выполнены	Предусмотренные программой обучения задания успешно выполнены

Примерная шкала оценивания знаний в тестовой форме:

Количество правильных ответов, %	Оценка
0-49	Неудовлетворительно
50-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

**7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ДИСЦИПЛИНЫ**

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

1. Организация предпринимательской деятельности: Учебное пособие/ Шеменева О.В., Харитонов Т.В. Издательство: "Дашков и К", 2017 - 296 с [Электронный ресурс] Режим доступа <https://e.lanbook.com/book/93474#authors> – Загл. с экрана.

7.1.2. Дополнительная литература

1. Управленческие решения: Учебник/ Балдин К.В., Воробьев С.Н., Уткин И.Б. Издательство "Дашков и К" Издание: - 8-е, 2017 - 496 с [Электронный ресурс]: - Режим доступа https://e.lanbook.com/book/93470?category_pk=1036#authors Загл. с экрана.
2. Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений: Учебное пособие/ Басенко В.П., Жуков Б.М., Романов А.А., Издательство "Дашков и К", 2014 - 384 с [Электронный ресурс]: Режим доступа https://e.lanbook.com/book/56258?category_pk=1036#authors - Загл. с экрана.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165 . - Загл. с экрана.

7.1.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента

1. Организация предпринимательской деятельности: Методические указания для самостоятельной работы [Электронный ресурс]. Санкт-Петербургский горный университет. Сост.: Л.Г. Туровская. СПб, 2018. 15 с. Режим доступа <http://ior.spmi.ru/> - Загл. с экрана.
2. Организация предпринимательской деятельности: Методические указания для практических занятий [Электронный ресурс]. Санкт-Петербургский горный университет. Сост.: Л.Г. Туровская. СПб, 2018. 30 с. Режим доступа <http://ior.spmi.ru/> - Загл. с экрана.
3. Организация предпринимательской деятельности: Методические указания для лабораторных работ [Электронный ресурс]. Санкт-Петербургский горный университет. Сост.: Л.Г. Туровская. СПб, 2018. 30 с. Режим доступа <http://ior.spmi.ru/> - Загл. с экрана.

7.2. Базы данных, электронно-библиотечные системы, информационно-справочные и поисковые системы

1. Консультант Плюс: справочно–поисковая система: www.consultant.ru.
2. Мировая цифровая библиотека: <http://wdl.org/ru>.
3. Научная электронная библиотека «eLIBRARY»: <https://elibrary.ru>.
4. Поисковые системы Yandex, Rambler, Yahoo и др.
5. Система ГАРАНТ: электронный периодический справочник: www.garant.ru.
6. Электронно-библиотечная система издательского центра «Лань»: <https://e.lanbook.com>.
7. Электронная библиотека Российской Государственной Библиотеки (РГБ): <https://www.rsl.ru>.
8. Электронная библиотека учебников: <http://studentam.net>.
9. Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ»: www.biblio-online.ru.
10. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»»: <http://rucont.ru>.
11. Электронно-библиотечная система «Научно-техническая библиотека»: <http://www.sciteclibrary.ru>.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Материально-техническое оснащение аудиторий:

Специализированная аудитория, используемая при проведении занятий лекционного типа оснащена мультимедийным проектором и комплектом аппаратуры, позволяющей демонстрировать текстовые и графические материалы.

Оснащенность аудитории:

Комплект мультимедийной аудитории (документ-камера ELMO HV-5600XG – 1 шт., источник бесперебойного питания Powerwave 5115 – 1 шт., коммутатор HP E2610-24 – 1 шт., коммутатор Kramer VP201XL1 – 1 шт., компьютер Intel Pentium 4 – 1 шт., конвектор-коммутатор Kramer VP-719XL – 1 шт.; микрофон МД99 – 1 шт., микшер-усилитель DYNACORD MV512 – 1 шт., мультимедиа проектор Mitsubishi LVP XD490U – 1 шт., плеер комбинированный Samsung SV-DVD V8650K – 1 шт., подвес для проектора SMS AERO – 1 шт., тумба с жалюзи – 1 шт.), стол для переговоров – 4 шт., стол офисный – 2 шт., стул – 32 шт., доска мел – 1 шт., плакат – 12 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения и реквизиты подтверждающего документа:

Операционная система Microsoft Windows XP Professional Microsoft Open License 16020041 от 23.01.2003, Microsoft Open License 16581753 от 03.07.2003, Microsoft Open License 16396212 от 15.05.2003, Microsoft Open License 16735777 от 22.08.2003, ГК № 797-09/09 от 14.09.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1200-12/09 от 10.12.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1246-12/08 от 18.12.08 «На поставку компьютерного оборудования и программного обеспечения», ГК № 1196-12/08 от 02.12.2008 «На поставку программного обеспечения», Microsoft Open License 45369730 от 16.04.2009. Microsoft Office 2007 Standard, Microsoft Open License 42620959 от 20.08.2007

Аудитория для практических занятий оснащена всем необходимым для выполнения заданий и решения задач по дисциплине «Организация предпринимательской деятельности».

Оснащенность аудитории:

Парта (на 2 чел.) – 20 шт., стул – 2 шт., стол преподавателя – 1 шт., доска под фломастер – 1 шт.

Аудитория для лабораторных работ оснащена компьютерной техникой, необходимой для выполнения заданий и решения задач по дисциплине «Организация предпринимательской деятельности».

Оснащенность аудитории:

Системный блок GALE AL + монитор BenQ GL2450 с доступом в Интернет – 16 шт., принтер HP LaserJet P4014dn – 1 шт., стол компьютерный – 15 шт., стол для переговоров – 2 шт., стул – 27 шт., доска под фломастер – 1 шт., плакат - 9 шт., стол офисный угловой – 1 шт., кресло – 1 шт. шкаф книжный – 1 шт., шкаф плательный – 1 шт., сканер планшетный HP Scanjet G4010 – 1 шт.

Операционная система Microsoft Windows 7 Professional ГК № 1464-12/10 от 15.12.10 «На поставку компьютерного оборудования»; ГК № 959-09/10 от 22.09.10 «На поставку компьютерной техники»; ГК № 447-06/11 от 06.06.11 «На поставку оборудования»; ГК № 984-12/11 от 14.12.11 «На поставку оборудования»; Договор № 1105-12/11 от 28.12.2011 «На поставку компьютерного оборудования»; Договор № 1106-12/11 от 28.12.2011 «На поставку компьютерного оборудования»; ГК № 671-08/12 от 20.08.2012 «На поставку продукции»; Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012; Microsoft Open License 48358058 от 11.04.2011; Microsoft Open License 49487710 от 20.12.2011; Microsoft Open License 49379550 от 29.11.2011.

Microsoft Office 2007 Professional Plus

Microsoft Open License 46082032 от 30.10.2009; Microsoft Open License 46822807 от 22.12.2009; Microsoft Open License 46431107 от 22.01.2010; Microsoft Open License 45207312 от 03.03.2009.

Microsoft Project Стандартный 2010. Microsoft Open License, №61207401, 27.11.2012, тип Academic, дог.0005151437-ML115-SO354516.

Альт-Инвест Сумм. Лицензионный договор №6-13-016 от 07.08.2013 с ООО «Альт-Инвест».

Альт-Финансы Лицензионный договор №6-07-022 от 22.09.2007 с ООО «Альт-Инвест», договор на обновление продукта №2-12-027 от 14.06.2012.

1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях (20 лицензий). Договор о сотрудничестве от 08.11.2011.

ПК Стратегического планирования и оптимизации ведения горных работ: Gemcom Surpac (20 лицензий), Gemcom Whittle (demo), Gemcom Minex (10 лицензий), Государственный контракт № ГК 421-05/1 от 31.05.2011 с ООО «ГЕМКОМ СОФТВЕА РУС», договор бюджетного учреждения № ГК389-06\12.

СПС КонсультантПлюс. Договор о сотрудничестве от 25.12.2015 с РИЦ «Ваше право». Участник программы правовой поддержки ВУЗов от 01.10. 2003, безвозмездно с обновлением информационных баз.

ARIS Platform. Программный комплекс моделирования, оптимизации и оценки бизнес-процессор организации. Договор бюджетного учреждения № КЛ 835-09/13 от 16.09.2013 с ЗАО «ЗДТех».

8.2. Помещения для самостоятельной работы:

1. Оснащенность помещения для самостоятельной работы: 13 посадочных мест. Стул – 25 шт., стол – 2 шт., стол компьютерный – 13 шт., шкаф – 2 шт., доска аудиторная маркерная – 1 шт., АРМ учебное ПК (монитор + системный блок) – 14 шт. Доступ к сети «Интернет», в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional: ГК № 1464-12/10 от 15.12.10 «На поставку компьютерного оборудования» ГК № 959-09/10 от 22.09.10 «На поставку компьютерной техники» ГК № 447-06/11 от 06.06.11 «На поставку оборудования» ГК № 984-12/11 от 14.12.11 «На поставку оборудования» Договор № 1105-12/11 от 28.12.2011 «На поставку компьютерного оборудования», Договор № 1106-12/11 от 28.12.2011 «На поставку компьютерного оборудования» ГК № 671-08/12 от 20.08.2012 «На поставку продукции», Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012, Microsoft Open License 48358058 от 11.04.2011, Microsoft Open License 49487710 от 20.12.2011, Microsoft Open License 49379550 от 29.11.2011, Microsoft Office 2010 Standard: Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012, Microsoft Open License 60853086 от 31.08.2012, Kaspersky antivirus 6.0.4.142.

2. Оснащенность помещения для самостоятельной работы: 17 посадочных мест. Доска для письма маркером – 1 шт., рабочие места студентов, оборудованные ПК с доступом в сеть университета – 17 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., АРМ преподавателя для работы с мультимедиа – 1 шт. (системный блок, мониторы – 2 шт.), стол – 18 шт., стул – 18 шт. Доступ к сети «Интернет», в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Операционная система Microsoft Windows XP Professional: Microsoft Open License 16020041 от 23.01.2010.

Операционная система Microsoft Windows 7 Professional Microsoft Open License 49379550 от 29.11.2011.

Microsoft Office 2007 Standard Microsoft Open License 42620959 от 20.08.2007.

3. Оснащенность помещения для самостоятельной работы: 16 посадочных мест. Стол компьютерный для студентов (тип 4) - 3 шт., стол компьютерный для студентов (тип 6) – 2 шт., стол компьютерный для студентов (тип 7) – 1 шт., кресло преподавателя (сетка, цвет черный) – 17 шт., доска напольная мобильная белая магнитно-маркерная «Magnetoplan» 1800мм×1200мм - 1 шт., моноблок Lenovo M93Z Intel Q87 – 17 шт., плакат – 5 шт. Доступ к сети «Интернет», в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Операционная система Microsoft Windows XP Professional ГК №797-09/09 от 14.09.09 «На поставку компьютерного оборудования».

Microsoft Office 2007 Professional Plus: Microsoft Open License 46431107 от 22.01.2010.

CorelDRAW Graphics Suite X5 Договор №559-06/10 от 15.06.2010 «На поставку программного обеспечения».

Autodesk product: Building Design Suite Ultimate 2016, product Key: 766H1.

Cisco Packet Tracer 7.1 (свободно распространяемое ПО), Quantum GIS (свободно распространяемое ПО), Python (свободно распространяемое ПО), R (свободно распространяемое ПО), Rstudio (свободно распространяемое ПО), SMath Studio (свободно распространяемое ПО), GNU Octave (свободно распространяемое ПО), Scilab (свободно распространяемое ПО).

8.3. Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования:

1. Центр новых информационных технологий и средств обучения:

Оснащенность: персональный компьютер – 2 шт. (доступ к сети «Интернет»), монитор – 4 шт., сетевой накопитель – 1 шт., источник бесперебойного питания – 2 шт., телевизор плазменный Panasonic – 1 шт., точка Wi-Fi – 1 шт., паяльная станция – 2 шт., дрель – 5 шт., перфоратор – 3 шт., набор инструмента – 4 шт., тестер компьютерной сети – 3 шт., баллон со сжатым газом – 1 шт., паста теплопроводная – 1 шт., пылесос – 1 шт., радиостанция – 2 шт., стол – 4 шт., тумба на колесиках – 1 шт., подставка на колесиках – 1 шт., шкаф – 5 шт., кресло – 2 шт., лестница Alve – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012).

Microsoft Office 2010 Professional Plus (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (Договор № Д810(223)-12/17 от 11.12.17).

2. Центр новых информационных технологий и средств обучения:

Оснащенность: стол – 5 шт., стул – 2 шт., кресло – 2 шт., шкаф – 2 шт., персональный компьютер – 2 шт. (доступ к сети «Интернет»), монитор – 2 шт., МФУ – 1 шт., тестер компьютерной сети – 1 шт., балон со сжатым газом – 1 шт., шуруповерт – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012).

Microsoft Office 2007 Professional Plus (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 46431107 от 22.01.2010).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (Договор № Д810(223)-12/17 от 11.12.17).

3. Центр новых информационных технологий и средств обучения:

Оснащенность: стол – 2 шт., стулья – 4 шт., кресло – 1 шт., шкаф – 2 шт., персональный компьютер – 1 шт. (доступ к сети «Интернет»), веб-камера Logitech HD C510 – 1 шт., колонки Logitech – 1 шт., тестер компьютерной сети – 1 шт., дрель – 1 шт., телефон – 1 шт., набор ручных инструментов – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 48358058 от 11.04.2011).

Microsoft Office 2007 Professional Plus (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 46431107 от 22.01.2010).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (Договор № Д810(223)-12/17 от 11.12.17).

8.4. Лицензионное программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows XP Professional Microsoft Open License 16020041 от 23.01.2003, Microsoft Open License 16581753 от 03.07.2003, Microsoft Open License 16396212 от 15.05.2003, Microsoft Open License 16735777 от 22.08.2003, ГК № 797-09/09 от 14.09.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1200-12/09 от 10.12.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1246-12/08 от 18.12.08 «На поставку компьютерного оборудования и программного обеспечения», ГК № 1196-12/08 от 02.12.2008 «На поставку программного обеспечения», Microsoft Open License 45369730 от 16.04.2009. Microsoft Office 2007 Standard, Microsoft Open License 42620959 от 20.08.2007.

MicrosoftWindows XP Professional, MicrosoftOpenLicense 16020041 от 23.01.2003, MicrosoftOpenLicense 16581753 от 03.07.2003, MicrosoftOpenLicense 16396212 от 15.05.2003, MicrosoftOpenLicense 16735777 от 22.08.2003, ГК № 797-09/09 от 14.09.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1200-12/09 от 10.12.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1246-12/08 от 18.12.08 «На поставку компьютерного оборудования и программного обеспечения», ГК № 1196-12/08 от 02.12.2008 «На поставку программного обеспечения», MicrosoftOpenLicense 45369730 от 16.04.2009.