

Документы
Информация о владельце: "Самарский государственный экономический университет"
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 10.07.2026 16:05:33
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Диджитал-реклама, связи с общественностью и медиакоммуникации

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: Очная форма обучения – 4 года
Очно-заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Кандидат экономических наук Чиркунова Е. К.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по интернет-маркетингу", утвержден приказом Минтруда России от 19.02.2019 № 95н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Логинова Е. В.	Рассмотрено	26.05.2026, № 10

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Задачи изучения дисциплины:

- Формирование у обучающихся системное представление о ключевых понятиях, принципах и методологии дисциплины, а также об их роли и месте в структуре всей образовательной программы;
- Развитие у студентов способности применять полученные теоретические знания и практические навыки для решения типовых и нестандартных профессиональных задач, соответствующих профилю подготовки;
- Обеспечение интеграции результатов обучения по данной дисциплине с другими модулями образовательной программы для формирования целостных профессиональных компетенций..

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-2.1 Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах

Знать:

ОПК-2.1/Зн1 Специфику сложной и динамичной среды (неопределенность внешней среды, скорость изменений, наличие противодействий) и современные тенденции развития общественных и государственных институтов, а также принципы разностороннего освещения институциональной тематики в медиа с учетом объективности, сбалансированности и социальной ответственности

Уметь:

ОПК-2.1/Ум1 Отслеживать и анализировать текущие тенденции в деятельности общественных и государственных институтов, обеспечивая их разносторонность, достоверность и соответствие профессиональным стандартам освещения институциональной проблематики, а также применять сценарный подход (быстро перестраивать тактику реализации при изменении внешних условий)

Владеть:

ОПК-2.1/Нв1 Навыками сбора и анализа промежуточных результатов, подготовки отчетности деятельности государственных и общественных институтов, а также технологиями быстрого реагирования на новые институциональные инициативы и законодательные новации для включения их в актуальные медиапродукты

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-5.2 Учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования

Знать:

ОПК-5.2/Зн1 Действующие правовые нормы регулирования медиакоммуникационных систем на международном, федеральном и региональном уровнях, а также современные тенденции развития правового и этического регулирования в условиях цифровизации медиасреды и появления новых коммуникационных платформ

Уметь:

ОПК-5.2/Ум1 Анализировать правовые и этические аспекты, выявлять потенциальные риски нарушения законодательства или этических норм при создании и распространении медиатекстов и коммуникационных продуктов, а также адаптировать свою профессиональную деятельность к изменяющимся правовым и этическим нормам регулирования медиакоммуникаций на разных уровнях (региональном, национальном, глобальном)

Владеть:

ОПК-5.2/Нв1 Навыками применения правовых и этических норм в повседневной профессиональной деятельности, а также технологиями оперативного реагирования на изменения законодательства и актуализации профессиональных стандартов в соответствии с новыми требованиями

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Теория отраслевых рынков» относится к обязательной части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 5, Очно-заочная форма обучения - 6.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах		
ОПК-2.1 Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах		Инвестиционный анализ, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: проектно-технологическая практика
ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		
ОПК-5.2 Учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования	Деловые коммуникации и документооборот, Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: проектно-технологическая практика

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Пятый семестр	108	3	36	18	18	0,15	53,85	Зачет
Всего	108	3	36	18	18	0,15	53,85	18

Очно-заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Шестой семестр	108	3	4	2	2	0,15	85,85	Зачет
Всего	108	3	4	2	2	0,15	85,85	18

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Теоретические основы исследования отраслевых рынков и практика их функционирования	89,85	18	18	53,85
Тема 1.1. Методология исследования отраслевых рынков	10	2	2	6

Тема 1.2. Структура отраслевых рынков	10	2	2	6
Тема 1.3. Фирма в теории организации рынков	10	2	2	6
Тема 1.4. Рыночная концентрация и монопольная власть	10	2	2	6
Тема 1.5. Рынок с доминирующей фирмой	10	2	2	6
Тема 1.6. Рынок с дифференцированной продукцией	10	2	2	6
Тема 1.7. Рынок с вертикальной интеграцией и вертикальными ограничениями	10	2	2	6
Тема 1.8. Рынок с ценовой дискриминацией	10	2	2	6
Тема 1.9. Государственная отраслевая политика	9,85	2	2	5,85

Очно-заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Теоретические основы исследования отраслевых рынков и практика их функционирования	89,85	2	2	85,85
Тема 1.1. Методология исследования отраслевых рынков	13	2	2	9
Тема 1.2. Структура отраслевых рынков	9			9
Тема 1.3. Фирма в теории организации рынков	9			9
Тема 1.4. Рыночная концентрация и монопольная власть	9			9
Тема 1.5. Рынок с доминирующей фирмой	9			9
Тема 1.6. Рынок с дифференцированной продукцией	9			9

Тема 1.7. Рынок с вертикальной интеграцией и вертикальными ограничениями	9			9
Тема 1.8. Рынок с ценовой дискриминацией	9			9
Тема 1.9. Государственная отраслевая политика	13,85			13,85

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Зачет

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Теоретические основы исследования отраслевых рынков и практика их функционирования	Тестирование	Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

1. Теоретические основы исследования отраслевых рынков и практика их функционирования Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Какой индекс рыночной концентрации учитывает не только доли фирм, но и ранжирует их, придавая больший вес крупным игрокам? А) Коэффициент концентрации CR3 (доля трех крупнейших фирм) В) Индекс Линда С) Индекс Херфиндаля–Хиршмана (ННІ) D) Дисперсия рыночных долей Ответ: С		ОПК-2
2	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Что из перечисленного является нестратегическим барьером входа на отраслевой рынок? А) Агрессивная ценовая политика доминирующей фирмы (хищническое ценообразование) В) Эксклюзивные контракты с дистрибьюторами С) Патенты и лицензии, необходимые для ведения деятельности D) Угроза слияния с новым конкурентом при его появлении Ответ: А и С		ОПК-2
3	Прочитайте текст вопроса, выберите два правильных ответа. Для успешного проведения ценовой дискриминации третьей степени (по группам покупателей) необходимы два условия: А) Возможность перепродажи товара между группами покупателей должна отсутствовать В) Предельные издержки производства должны быть различны для разных групп покупателей С) Фирма должна иметь возможность идентифицировать принадлежность покупателя к разным группам D) Спрос во всех сегментах рынка должен быть абсолютно неэластичны Ответ: А и С		ОПК-2

4	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. В модели дуополии Курно фирмы конкурируют... А) ...путем выбора цены при условии, что товар дифференцирован. В) ...путем одновременного выбора объемов выпуска, считая объем конкурента заданным. С) ...путем последовательного выбора цены (лидер назначает цену, ведомый соглашается). D)путем сговора и максимизации совместной прибыли.	ОПК-2
	Ответ: В	
5	Прочитайте текст вопроса, выберите два правильных ответа. Выбор ответа обоснуйте. Какие два фактора из перечисленных увеличивают устойчивость тайного сговора между фирмами в модели олигополии? А) Частое и непрозрачное изменение цен на рынке В) Небольшое количество фирм в отрасли С) Высокая неоднородность товаров (сильная дифференциация) D) Стабильный и предсказуемый рыночный спрос	ОПК-2
	Ответ: В и D	
6	Установите правильную последовательность стадий развития отраслевого рынка. 1. Стадия зрелости А) Появление новых фирм, рост спроса, высокая прибыльность 2. Стадия зарождения В) Снижение спроса, уход фирм из отрасли, стагнация 3. Стадия роста С) Максимизация концентрации, стабильный спрос, низкая прибыльность 4. Стадия спада D) Консолидация рынка, оптимизация производства, умеренный рост	ОПК-2
	Ответ: 1–С, 2–А, 3–D, 4–В	
7	Расположите этапы принятия решений в модели Штакельберга в порядке их реализации во времени. А) Фирма-лидер выбирает свой объем выпуска В) Фирма-последователь, наблюдая выбор лидера, выбирает свой объем выпуска С) Фирма-последователь формирует функцию реакции (зависимость своего выпуска от выпуска лидера) D) Фирма-лидер решает задачу максимизации прибыли с учётом функции реакции последователей	ОПК-2
	Ответ: CDAB	
8	Расположите стадии развития отраслевого рынка в хронологическом порядке (от зарождения к упадку): А) Фрагментация (много мелких фирм) В) Зрелость и консолидация С) Появление инновации и вход новаторов D) Спад (уход фирм, снижение выпуска)	ОПК-2
	Ответ: CABD	
9	Расположите шаги анализа в логической последовательности от общего к частному: А) Расчёт индекса Херфиндаля — Хиршмана (НИ) В) Определение продуктовых и географических границ рынка С) Анализ барьеров входа на рынок D) Расчёт доли фирмы на рынке	ОПК-2
	Ответ: BADC	
10	Расположите действия фирмы в правильной последовательности при внедрении нелинейного ценообразования: А) Назначение высокой цены за первую единицу товара В) Выявление разных групп покупателей по объёму потребления С) Установление снижающейся шкалы цен (чем больше купил — тем ниже цена за единицу) D) Предложение скидок при покупке следующей единицы (или блока товаров)	ОПК-2
	Ответ: BADC	
11	Прочитайте текст вопроса и дополните фразу. Стратегия доминирующей фирмы, заключающаяся во временном намеренном снижении цены ниже уровня своих средних издержек (или ниже издержек конкурента) с целью вынудить нового игрока покинуть рынок, после чего цена снова ...	ОПК-2
	Ответ: повышается	
12	Прочитайте текст вопроса и дополните фразу. Активное управление спросом (Demand Response) и появление просьюмеров (потребители с собственной генерацией) делают чистый спрос из сети более _____ и зависящим от ценовых сигналов, погоды, времени суток.	ОПК-2
	Ответ: волатильным	
13	Прочитайте текст вопроса и дополните фразу. Индекс Херфиндаля — Хиршмана (НИ)- показатель, который рассчитывается как сумма квадратов _____ всех фирм, действующих на данном рынке, и принимает значения от близкого к 0 (совершенная конкуренция) до 10 000 (чистая монополия)	ОПК-2
	Ответ: рыночных долей	

14	Дайте ответ на представленное задание. На рынке бытовой электроники действует 5 крупных фирм, каждая из которых занимает долю от 15% до 25%. Фирмы взаимовлияют на решения друг друга при установлении цен и объёмов производства. Новые фирмы практически не могут войти на рынок из-за высоких затрат на исследование и разработку, а также необходимости создания узнаваемого бренда. Какая рыночная структура описана в ситуации?	ОПК-2
	Ответ: олигополия	
15	Дайте ответ на представленное задание. На рынке свежих овощей действует множество мелких фермерских хозяйств. Каждый производитель продаёт однородный продукт, не влияет на рыночную цену и может свободно войти или выйти из рынка. Цена формируется под воздействием спроса и предложения. Какая рыночная структура описана в тексте?	ОПК-2
	Ответ: совершенная конкуренция	
16	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Ситуация, при которой продавец устанавливает разную цену на один и тот же товар для разных групп покупателей, но при этом каждый покупатель платит единую цену за любое купленное количество (например, студенческий билет в кино), называется: А) Ценовой дискриминацией первой степени (совершенная) В) Ценовой дискриминацией второй степени (скидки за объем) С) Ценовой дискриминацией третьей степени (сегментирование рынка) D) Пиковым ценообразованием	ОПК-5
	Ответ: С	
17	Прочитайте текст вопроса, выберите два правильных ответа. Какие два из перечисленных признаков обязательно характеризуют рынок олигополии? А) Товар является абсолютно однородным (стандартизированным) В) На рынке присутствует небольшое количество крупных фирм С) Существуют высокие барьеры входа на рынок D) Фирмы не обладают рыночной властью и принимают цену как заданную	ОПК-5
	Ответ: В и С	
18	Установите правильную последовательность типов рыночных структур по степени увеличения рыночной власти фирмы: 1. Совершенная конкуренция А) Одна фирма, уникальный продукт, высокие барьеры входа 2. Монополистическая конкуренция В) Много фирм, однородный продукт, нет барьеров входа 3. Олигополия С) Много фирм, дифференцированный продукт, низкие барьеры входа 4. Монополия D) Несколько крупных фирм, взаимовлияние решений, высокие барьеры	ОПК-5
	Ответ: 1–В, 2–С, 3–D, 4–А	
19	Установите правильную последовательность этапов разработки организационно-управленческого решения на отраслевом рынке: 1. Оценка последствий А) Внедрение решения в практику, мониторинг реализации 2. Анализ внешней среды В) Сбор информации, выявление проблемы, определение целей 3. Реализация решения С) Анализ влияния на стейкхолдеров, экономические и социальные последствия 4. Выявление проблемы D) PEST-анализ, SWOT-анализ, оценка рисков	ОПК-5
	Ответ: 1–С, 2–D, 3–А, 4–В	
20	Установите правильную последовательность моделей олигополии по степени контроля фирмы над объёмом производства: 1. Модель Курно А) Лидер выбирает объём сначала, последователь реагирует 2. Модель Бертрана В) Фирмы конкурируют по цене, предполагая цены других фиксированными 3. Модель Стэкельберга С) Фирмы конкурируют по объёму, предполагая объёмы других фиксированными 4. Модель доминирующей фирмы D) Одна фирма устанавливает цену, меньшие фирмы реагируют как price acceptors	ОПК-5
	Ответ: 1–С, 2–В, 3–А, 4–D	
21	Установите правильную последовательность методов измерения рыночной власти по возрастанию точности оценки: 1. Индекс Концентрации (CR4) А) Сумма квадратов долей всех фирм, учитывает распределение рынка 2. Индекс Лернера В) Доля первых четырёх фирм, простая оценка концентрации 3. Индекс Герфиндаля-Гиршмана (НИИ) С) Разница между ценой и издержками, прямая оценка власти 4. Эластичность спроса по цене D) Обратная связь между ценой и объёмом спроса, оценка чувствительности	ОПК-5
	Ответ: 1–В, 2–С, 3–А, 4–D	
22	Дайте ответ на представленное задание. Антимонопольный регулятор заблокировал слияние двух крупных фирм на отраслевом рынке, так как после слияния индекс Герфиндаля-Гиршмана (НИИ) превысил 2500 пунктов. Это указывало на высокую концентрацию рынка и потенциальное злоупотребление рыночной властью. Какова основная цель антимонопольного регулирования в описанной ситуации?	ОПК-5
	Ответ: предотвращение монополизации рынка и защита конкуренции	

23	Дайте ответ на представленное задание. Индекс Лернера для фирмы на отраслевом рынке равен 0,4. Это означает, что разница между ценой и предельными издержками составляет 40% от цены.. Что можно сказать о рыночной власти этой фирмы?		ОПК-5
	Ответ:	Фирма имеет высокую рыночную власть	
24	Дайте ответ на представленное задание На рынке косметических продуктов действует множество фирм, каждая из которых предлагает дифференцированный продукт (разные бренды, качества, дизайны). Фирмы конкурируют не только по цене, но и по качеству, бренду, рекламе. Барьеры входа низкие, новые фирмы могут легко войти на рынок.		ОПК-5
	Ответ:	Монополистическая конкуренция	
25	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Какая модель олигополии предполагает конкуренцию фирм по объёму производства, при котором каждая фирма предполагает объёмы других фиксированными? А) Модель Бертрана В) Модель Стакельберга С) Модель Курно D) Модель доминирующей фирмы		ОПК-5
	Ответ:	С	
26	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Что представляет собой дифференциация продукта в условиях монополистической конкуренции? А) Создание уникальных характеристик товара, отличающих его от продукции конкурентов В) Снижение цены ниже издержек конкурентов С) Увеличение объёма производства до максимума D) Полное копирование продукта конкурентов		ОПК-5
	Ответ:	А	
27	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Какая основная цель антимонопольного регулирования на отраслевых рынках? А) Максимизация прибыли крупнейших фирм В) Предотвращение монополизации и защита конкуренции С) Увеличение государственных субсидий для отраслей D) Снижение качества продукции для уменьшения издержек		ОПК-5
	Ответ:	В	
28	Дайте ответ на представленное задание, в котором нужно дополнить пропущенную фразу. Дайте ответ на представленное задание, в котором нужно дополнить пропущенную фразу. На отраслевом рынке, где действует множество мелких фирм, продающих однородный продукт, при свободном входе и выходе из рынка, а также при полной информации у всех участников, каждая фирма является _____ и не может её контролировать.		ОПК-5
	Ответ:	получателем цены	
29	Прочитайте текст вопроса и дополните фразу. Основная цель государственного вмешательства на отраслевых рынках для предотвращения монополизации и защиты конкуренции называется _____ регулированием.		ОПК-5
	Ответ:	антимонопольным	
30	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ, в котором нужно дополнить пропущенное слово. Процесс создания уникальных характеристик товара, отличающих его от продукции конкурентов и снижающих эластичность спроса по цене, называется _____ продукта.		ОПК-5
	Ответ:	дифференциация	
31	Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Какой подход к изучению рынков позволяет наиболее полно учесть влияние общественных институтов на развитие медиакоммуникаций? 1. Микроэкономический подход 2. Маркетинговый подход 3. Отраслевой подход и теория организации отраслевых рынков 4. Социологический подход		ОПК-2
	Ответ:	3	
32	Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Согласно теории отраслевых рынков, какая структура рынка наиболее характерна для современной медиаиндустрии? 1. Совершенная конкуренция 2. Монополия 3. Монополистическая конкуренция и олигополия 4. Олигопсония		ОПК-2
	Ответ:	3	

33	Прочитайте задание, выберите правильный ответ. В чем заключается «парадокс» ценности медиакоммуникационного продукта с точки зрения теории отраслевых рынков? 1. Его цена всегда выше себестоимости 2. Его стоимость не зависит от тиража или количества потребителей, так как связана с интеллектуальной собственностью 3. Он всегда является однородным товаром 4. Его производство требует больших постоянных издержек	ОПК-2
	Ответ: 2	
34	Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Почему рынок онлайн-медиа в начале XXI века можно было считать близким к совершенной конкуренции? 1. Из-за государственного регулирования 2. Из-за большого количества продавцов и низких барьеров входа на начальном этапе развития 3. Из-за однородности товара 4. Из-за высокой эластичности спроса	ОПК-2
	Ответ: 2	
35	Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Какую модель строения рынка чаще всего описывает теория отраслевых рынков применительно к медиаотрасли? 1. Модель монополии 2. Модель «лидер — конкурентное окружение» 3. Модель двусторонней монополии 4. Модель совершенной конкуренции	ОПК-2
	Ответ: 2	
36	Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Какие факторы определяют функционирование медиакоммуникационных систем на макроуровне в рамках профессиональной деятельности? 1. Только технологические инновации 2. Политические и экономические механизмы, правовые и этические нормы регулирования 3. Только рыночная конкуренция 4. Только потребительские предпочтения	ОПК-5
	Ответ: 2	
37	Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Какое понятие используется в теории отраслевых рынков для описания рыночной власти фирмы на основе отклонения цены от предельных издержек? 1. Индекс Херфиндаля-Хиршмана 2. Коэффициент Бейна 3. Индекс Лернера 4. Коэффициент Тобина	ОПК-5
	Ответ: 3	
38	Прочитайте задание, выберите правильный ответ. В рамках анализа медиарынков, что является ключевым признаком олигополистической структуры? 1. Большое количество продавцов 2. Небольшое количество крупных компаний, которые могут влиять на рыночную ситуацию 3. Отсутствие барьеров входа 4. Полная однородность продукта	ОПК-5
	Ответ: 2	
39	Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Согласно эволюции теории отраслевых рынков, какая парадигма исследует взаимосвязь «Структура – Поведение – Результат»? 1. Чикагская школа 2. Гарвардская парадигма 3. Австрийская школа 4. Неоклассическая теория	ОПК-5
	Ответ: 2	
40	Прочитайте задание, выберите правильный ответ. Какой подход к регулированию медиасферы включает анализ институциональных и административных барьеров на отраслевых рынках? 1. Монетарная политика 2. Антимонопольное регулирование 3. Бюджетно-налоговая политика 4. Тарифное регулирование	ОПК-5
	Ответ: 2	

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Зачет пятый семестр - очная (шестой семестр - очно-заочная)

№	Содержание вопроса	Компетен
---	--------------------	----------

п/п	Правильный ответ (ключ ответа)		ция
1	Что такое отраслевой рынок и какие ключевые характеристики его определяют?		ОПК-2
	Ответ:	Отраслевой рынок — это система экономических отношений, возникающих в процессе производства, распределения и обмена товаров или услуг внутри одной экономической отрасли. Ключевые характеристики отраслевого рынка включают: Структура рынка — количество и размер фирм, доля рынка, уровень концентрации (например, монополия, олигополия, совершенная конкуренция). Тип продукта — однородность или дифференциация продукции (стандартизированные товары vs. дифференцированные). Барьеры входа и выхода — экономические, юридические, технологические препятствия для новых участников. Уровень конкурентности — интенсивность конкуренции между фирмами. Рыночная власть — способность фирм влиять на цены и объемы производства. Экономическая эффективность — производство при минимальных издержках и оптимальное распределение ресурсов. Эти характеристики определяют поведение фирм, динамику цен, инновационную активность и общую эффективность отраслевого рынка.	
2	Что представляет собой модель олигополии и какие её основные типы существуют?		ОПК-2
	Ответ:	Олигополия — рыночная структура, характеризующаяся небольшим количеством крупных фирм, которые взаимовлияют на решения друг друга. Основные типы моделей олигополии: Модель Курно (Cournot) — фирмы конкурируют по объему производства. Каждая фирма выбирает объем, предполагая, что объемы других фирм фиксированы. Равенство достигается при совпадении ожидаемых и реальных объемов. Модель Бертрана (Bertrand) — фирмы конкурируют по цене. Каждая фирма выбирает цену, предполагая, что цены других фирм фиксированы. При однородном продукте равновесие достигается при цене, равной издержкам ($P = MC$). Модель Стакельберга (Stackelberg) — одна фирма (лидер) выбирает объем сначала, другая (последователь) реагирует на это решение. Лидер имеет преимущество первого хода. Модель доминирующей фирмы — одна крупная фирма устанавливает цену, а меньшие фирмы реагируют как price acceptors. В олигополии ключевым фактором является стратегическое взаимодействие: фирмы учитывают реакции конкурентов при принятии решений о цене, объеме, инновациях.	
3	Что такое дифференциация продукта и как она влияет на конкурентную стратегию фирмы?		ОПК-2
	Ответ:	Дифференциация продукта — процесс создания уникальных характеристик товара или услуги, отличающих его от продукции конкурентов. Виды дифференциации: -Вертикальная дифференциация — все потребители согласны, что один продукт лучше другого (например, качество, надёжность). -Горизонтальная дифференциация — предпочтения потребителей различаются (например, цвет, стиль, вкус). -Стратегическая дифференциация — создание уникального позиционирования на рынке через бренд, сервис, технологии. Влияние на конкурентную стратегию: Дифференциация снижает эластичность спроса по цене, позволяя фирме устанавливать более высокие цены. Создаёт барьеры входа для новых конкурентов (потребители привыкают к бренду). Увеличивает рыночную власть фирмы. Позволяет занимать уникальное позиционирование на рынке (нишевый стратег). Снижает интенсивность прямой конкуренции по цене. Фирмы используют дифференциацию как ключевой элемент стратегии в условиях монополистической конкуренции и олигополии.	
4	Что представляет собой монополистическая конкуренция и какие её ключевые особенности? Приведите пример.		ОПК-2

	Ответ: Монополистическая конкуренция — рыночная структура, сочетающая элементы конкуренции и монополии. Характеризуется: -Множество фирм — много производителей, но каждая фирма имеет небольшую долю рынка. -Дифференциация продукта — каждая фирма предлагает уникальный продукт (бренд, качество, дизайн). -Свободный вход/выход — барьеры входа низкие, новые фирмы могут легко войти на рынок. -Нескольная конкуренция по цене — фирмы конкурируют не только по цене, но и по качеству, бренду, сервису. -Долгосрочная нормальная прибыль — в долгосрочном периоде прибыль стремится к нулю из-за свободного входа. Ключевые особенности: -Фирмы имеют ограниченную рыночную власть благодаря дифференциации. -Конкуренция идёт по неценовым факторам (бренд, качество, реклама). -Высокая степень инновационной активности (фирмы инвестируют в дифференциацию). -Экономическая эффективность ниже, чем в совершенной конкуренции, но выше, чем в монополии. Примеры отраслей: ресторанный бизнес, одежда, косметика, продукты питания..	
5	Как антимонопольное регулирование влияет на структуру и поведение отраслевых рынков? Ответ: Антимонопольное регулирование — система государственных мер, направленных на предотвращение монополизации рынка, защиту конкуренции и обеспечение экономической эффективности. Основные направления регулирования: Контроль за концентрацией рынка — ограничение слияний и поглощений, которые могут привести к высокой концентрации ($HHI > 2500$). Запрет на злоупотребление рыночной властью — предотвращение установления цен выше конкуренции, ограничительных договоров, блокировки входа новых фирм. Поддержка входа новых фирм — снижение барьеров входа, обеспечение доступа к ресурсам и каналам сбыта. Контроль за государственными субсидиями — предотвращение неравенства между фирмами за счет государственных поддержки. Влияние на рынок: -Увеличивает число участников рынка, снижает концентрацию. -Снижает цены, повышает качество продукции. -Стимулирует инновации (фирмы конкурируют за потребителя). -Повышает экономическую эффективность -Увеличивает общественное благосостояние.	ОПК-2
6	Что такое экономическая эффективность отраслевого рынка и какие её виды существуют? Ответ: Экономическая эффективность — способность рынка обеспечивать оптимальное распределение ресурсов, производство при минимальных издержках и максимальное общественное благосостояние. Виды экономической эффективности: -Производственная эффективность — производство максимального объёма продукции при минимальных издержках. Фирма производит на границе производственных возможностей. - Аллокативная эффективность — распределение ресурсов соответствует предпочтениям потребителей. Цена равна предельным издержкам. - Динамическая эффективность — способность рынка стимулировать инновации и технологическое развитие в долгосрочном периоде. -Эффективность конкуренции — интенсивность конкуренции приводит к снижению цен, повышению качества и инновационной активности.	ОПК-2
7	Какие стратегии конкурентного поведения используют фирмы на отраслевых рынках и как они влияют на рыночную динамику?	ОПК-2

	Ответ: Фирмы на отраслевых рынках используют различные стратегии конкурентного поведения для увеличения доли рынка, прибыли и рыночной власти. Основные стратегии: Стратегия снижения цен — установление цен ниже конкурентов для привлечения потребителей. Эффективна при высокой эластичности спроса. Стратегия дифференциации — создание уникального продукта через качество, бренд, дизайн, сервис. Снижает эластичность спроса и повышает рыночную власть. Стратегия инноваций — инвестиция в новые технологии, продукты, процессы. Стимулирует динамическую эффективность и создаёт барьеры входа. Стратегия вертикальной интеграции — контроль над цепочкой создания ценности (производство, сбыт, реклама). Снижает издержки и повышает рыночную власть. Стратегия кооперации (альянсы, партнёрства) — совместные проекты с конкурентами для снижения издержек, доступа к ресурсам. Стратегия блокировки входа — создание барьеров для новых фирм через контроль над ресурсами, каналами сбыта, патентами. Выбор стратегии зависит от структуры рынка, уровня конкуренции, ресурсов фирмы и долгосрочных целей.	
8	Какие принципы должны лечь в основу разработки организационно-управленческих решений на отраслевом рынке с учетом их социальной значимости? Приведите пример. Ответ: Разработка организационно-управленческих решений на отраслевом рынке требует учета не только экономических, но и социальных факторов. Ключевые принципы: -Социальная ответственность — решения должны учитывать влияние на работников, потребителей, местные сообщества и общество в целом (например, сохранение занятости, доступность товаров). -Прозрачность и открытость — процесс принятия решений должен быть понятным для всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров). -Устойчивость — решения должны быть долгосрочными и учитывать экологические, экономические и социальные последствия (ESG-принципы). -Баланс эффективности и справедливости — экономическая эффективность не должна достигаться за счет социальной несправедливости (например, чрезмерного снижения зарплат). -Адаптивность — решения должны быть гибкими и поддаваться корректировке в условиях динамичной среды. -Участие стейкхолдеров — вовлечение работников, потребителей, регуляторов и местных сообществ в процесс обсуждения решений. -Оценка последствий — предварительный анализ экономических, социальных и экологических последствий решения перед реализацией. Пример: при реконструкции производства решение должно учитывать не только снижение издержек, но и влияние на занятость, экологическую нагрузку и доступность продукции для потребителей.	ОПК-5
9	Как определить социальную значимость организационно-управленческого решения на отраслевом рынке? Приведите пример. Ответ: Социальная значимость решения — мера его влияния на общество, работников, потребителей и окружающую среду. Методы определения: Анализ стейкхолдеров — выявление всех групп, на которых повлияет решение (работники, потребители, местные сообщества, регуляторы). Оценка социальных последствий — анализ влияния на: - Занятость (сохранение/сокращение рабочих мест) - Уровень зарплат и условия труда - Доступность товаров и услуг для потребителей - Качество жизни местных сообществ - Экологическую нагрузку Количественные показатели — использование метрик: - Количество сохраненных/созданных рабочих мест - Уровень доступности продукции (например, цена для малообеспеченных) - Экологические показатели (выбросы, отходы) Качественные показатели — оценка восприятия решения обществом, репутационные риски. Сравнительный анализ — сравнение альтернативных решений по их социальной значимости. Консультации с экспертами — привлечение социологов, экономистов, экологов для оценки. Пример: решение о закрытии завода имеет высокую экономическую эффективность, но низкую социальную значимость (сокращение занятости, ухудшение жизни сообщества).	ОПК-5
10	Какие методы используются для оценки последствий организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды отраслевого рынка?	ОПК-5

	Ответ: В сложной и динамичной среде отраслевого рынка оценка последствий решений требует комплексных методов: Сценарный анализ — разработка нескольких вариантов развития ситуации (оптимистичный, реалистичный, пессимистичный) и оценка последствий для каждого. Дискаунтирование потоков — расчет текущей стоимости будущих экономических и социальных последствий (NPV, IRR). Моделирование рисков — использование вероятностных моделей для оценки рисков (монте-карло, анализ чувствительности). SWOT-анализ — оценка сильных и слабых сторон решения, возможностей и угроз внешней среды. PEST-анализ — анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов внешней среды. Анализ затрат и выгод (Cost-Benefit Analysis) — сравнение всех затрат и выгод решения, включая социальные и экологические. Оценка воздействия на окружающую среду — анализ экологических последствий. Социальный аудит — оценка влияния решения на работников и местные сообщества. Мониторинг и обратная связь — постоянный контроль реализации решения и корректировка при изменении среды. Балансировка показателей — использование интегральных показателей (например, индекс устойчивого развития). Пример: при внедрении новой технологии используется сценарный анализ для оценки экономических выгод, рисков для занятости и экологических последствий данных о заболеваемости, обеспеченности врачами и т.д. Высокая неопределенность отраслевого рынка (колебания цен, изменение спроса, технологические шоки, регуляторные изменения) требует специальных подходов к реализации решений: Гибкость стратегии — создание адаптивных планов, которые можно корректировать при изменении условий. Поэтапная реализация — разделение решения на этапы с возможностью оценки и корректировки после каждого этапа. Управление рисками — разработка планов реагирования на ключевые риски (резервы, страховые программы, альтернативные варианты). Вовлечение стейкхолдеров — регулярное общение с работниками, потребителями, регуляторами для получения обратной связи и поддержки. Мониторинг ключевых показателей — установка метрик для контроля реализации (KPI) и своевременное выявление проблем. Коммуникационная стратегия — прозрачное информирование всех сторон о целях, процессе и результатах решения. Подготовка кадров — обучение работников новым навыкам, необходимым для реализации решения. Ресурсное обеспечение — создание резервов ресурсов (финансы, материалы, персонал) для преодоления неожиданных препятствий. Тестирование решений — проведение пилотных проектов перед полномасштабной реализацией. Постоянное обучение и адаптация — создание культуры организационного обучения, где ошибки анализируются и используются для улучшения. Пример: при внедрении цифровой платформы в отрасли поэтапная реализация с пилотным тестированием в одном регионе позволяет выявить проблемы и скорректировать план перед масштабированием.	
11	Как обеспечить успешную реализацию организационно-управленческих решений в условиях высокой неопределенности отраслевого рынка?	ОПК-5

	Ответ: Высокая неопределенность отраслевого рынка (колебания цен, изменение спроса, технологические шоки, регуляторные изменения) требует специальных подходов к реализации решений: Гибкость стратегии — создание адаптивных планов, которые можно корректировать при изменении условий. Поэтапная реализация — разделение решения на этапы с возможностью оценки и корректировки после каждого этапа. Управление рисками — разработка планов реагирования на ключевые риски (резервы, страховые программы, альтернативные варианты). Вовлечение стейкхолдеров — регулярное общение с работниками, потребителями, регуляторами для получения обратной связи и поддержки. Мониторинг ключевых показателей — установка метрик для контроля реализации (KPI) и своевременное выявление проблем. Коммуникационная стратегия — прозрачное информирование всех сторон о целях, процессе и результатах решения. Подготовка кадров — обучение работников новым навыкам, необходимым для реализации решения. Ресурсное обеспечение — создание резервов ресурсов (финансы, материалы, персонал) для преодоления неожиданных препятствий. Тестирование решений — проведение пилотных проектов перед полномасштабной реализацией. Постоянное обучение и адаптация — создание культуры организационного обучения, где ошибки анализируются и используются для улучшения. Пример: при внедрении цифровой платформы в отрасли поэтапная реализация с пилотным тестированием в одном регионе позволяет выявить проблемы и скорректировать план перед масштабированием.	
12	Как учесть социальную значимость при разработке стратегии конкурентного поведения фирмы на отраслевом рынке?	ОПК-5

Ответ:	Стратегия конкурентного поведения должна балансировать экономическую эффективность и социальную значимость. Подходы: Социально-ответственная конкуренция — конкуренция не только по цене, но и по качеству, экологичности, условиям труда. Инклюзивные стратегии — обеспечение доступности продукции для малообеспеченных групп (например, льготные цены, программы поддержки). Экологическая ответственность — внедрение «зеленых» технологий, снижение выбросов, использование перерабатываемых материалов. Забота о работниках — сохранение занятости, повышение зарплат, улучшение условий труда, обучение. Поддержка местных сообществ — инвестирование в развитие региона (строительство инфраструктуры, спонсорство). Прозрачность — открытая информация о ценах, качестве, условиях производства. Соблюдение прав человека — отказ от практики, нарушающей права работников (дискриминация, принудительный труд). ESG-интеграция — включение экологических, социальных и управленческих показателей в стратегию. Корпоративная благотворительность — поддержка социальных проектов, благотворительных программ. Оценка социального воздействия — регулярный мониторинг социального влияния стратегии. Примеры: Фирма снижает цены для малообеспеченных потребителей, сохраняя качество. Компания внедряет «зеленые» технологии, снижая экологическую нагрузку, но повышая издержки. Фирма сохраняет рабочие места при реорганизации, инвестируя в обучение работников. Баланс между эффективностью и социальной значимостью повышает репутацию фирмы, снижает риски и укрепляет долгосрочную конкурентоспособность.. Слияния и поглощения (M&A) могут иметь значительные социальные последствия. Инструменты оценки: Анализ влияния на занятость — оценка количества сохраненных/сокращенных рабочих мест, изменения условий труда. Оценка влияния на потребителей — анализ изменения цен, качества продукции, доступности товаров. Социальный аудит — оценка влияния на работников, местные сообщества, экологическую нагрузку. Анализ стейкхолдеров — выявление всех групп, на которых повлияет слияние, и оценка их интересов. Cost-Benefit Analysis (CBA) — сравнение всех затрат и выгод, включая социальные (например, стоимость сокращения занятости vs. экономия издержек). Оценка репутационных рисков — анализ восприятия слияния обществом, потенциальных негативных последствий для бренда. Консультации с профсоюзами — обсуждение влияния на работников, переговоры по условиям труда. Public Consultation (общественные обсуждения) — проведение встреч с местными сообществами, регуляторами для получения обратной связи. Мониторинг post-merger — постоянный контроль социальных последствий после реализации слияния. Экологическая оценка — анализ влияния на окружающую среду (выбросы, отходы, использование ресурсов).
---------------	---

13	Какие инструменты используются для оценки социальных последствий слияний и поглощений на отраслевом рынке? Ответ: Слияния и поглощения (M&A) могут иметь значительные социальные последствия. Инструменты оценки: Анализ влияния на занятость — оценка количества сохраненных/сокращенных рабочих мест, изменения условий труда. Оценка влияния на потребителей — анализ изменения цен, качества продукции, доступности товаров. Социальный аудит — оценка влияния на работников, местные сообщества, экологическую нагрузку. Анализ стейкхолдеров — выявление всех групп, на которых повлияет слияние, и оценка их интересов. Cost-Benefit Analysis (CBA) — сравнение всех затрат и выгод, включая социальные (например, стоимость сокращения занятости vs. экономия издержек). Оценка репутационных рисков — анализ восприятия слияния обществом, потенциальных негативных последствий для бренда. Консультации с профсоюзами — обсуждение влияния на работников, переговоры по условиям труда. Public Consultation (общественные обсуждения) — проведение встреч с местными сообществами, регуляторами для получения обратной связи. Мониторинг post-merger — постоянный контроль социальных последствий после реализации слияния. Экологическая оценка — анализ влияния на окружающую среду (выбросы, отходы, использование ресурсов).	ОПК-5
14	Как разработать план противодействия негативным социальным последствиям реструктуризации отрасли?	ОПК-5

Ответ:	Реструктуризация отрасли (например, закрытие заводов, внедрение новых технологий, изменение регуляторных требований) часто приводит к негативным социальным последствиям. План противодействия: Диагностика последствий — оценка влияния на: Занятость (сокращение рабочих мест) Зарплаты и условия труда Доступность продукции для потребителей Качество жизни местных сообществ Экологическую нагрузку Разработка мер поддержки работников: Программы переподготовки и обучения новым навыкам Финансовая поддержка (выходные пособия, компенсации) Помощь в поиске новой работы (кадровые агентства, ярмарки вакансий) Сохранение части рабочих мест через сокращение часов, а не полное увольнение Поддержка местных сообществ: Инвестирование в развитие региона (инфраструктура, социальные проекты) Создание новых рабочих мест через развитие других отраслей Программы поддержки малого бизнеса Социальная инфраструктура (школы, больницы, культурные центры) Обеспечение доступности продукции: Льготные цены для малообеспеченных потребителей Программы поддержки потребителей (субсидии, кредиты) Альтернативные источники продукции (развитие конкурентов) Экологические меры: Внедрение «зеленых» технологий при реструктуризации Утилизация отходов, снижение выбросов Рекультивация земель после закрытия производств Коммуникационная стратегия: Прозрачное информирование всех стейкхолдеров о планах и последствиях Регулярные встречи с работниками, профсоюзами, местными сообществами Обратная связь и корректировка плана при необходимости Мониторинг и оценка: Установка KPI для контроля социальных последствий Регулярный мониторинг занятости, зарплат, доступности продукции Оценка эффективности мер и корректировка плана Партнерство с регуляторами и НКО: Привлечение государственных программ поддержки Сотрудничество с некоммерческими организациями для социальных проектов Участие в отраслевых ассоциациях для обмена опытом
---------------	---

7.1. Уровни овладения

Компетенция: ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиaproдуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

Индикатор достижения компетенции: ОПК-2.1 Учитывает тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Индикатор достижения компетенции: ОПК-5.2 Учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет: учебник для вузов / Н. М. Розанова. - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 470 с - 978-5-534-16055-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584195> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: продвинутый уровень: учебник для вузов / Н. М. Розанова. - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 407 с - 978-5-534-16056-7. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584196> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебник для вузов / Н. М. Розанова. - Москва: Юрайт, 2026. - 492 с - 978-5-534-03899-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582903> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. <https://национальныепроекты.рф> - Национальные проекты России
2. <https://rosstat.gov.ru/> - Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
3. <https://www.rbc.ru/> - ПАО "Группа компаний РБК"
4. <https://www.economy.gov.ru/> - Министерство экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития России)

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. "Astra Linux Special Edition" РУСБ.10015-01;
2. МойОфис Стандартный 2.;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

1. КонсультантПлюс;

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
---	---

Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения