

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

проф., д.э.н., Ю.Ю. Сулова

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ**

Дисциплина Б1.Б.21 Маркетинг

Направление подготовки / 38.03.07 Товароведение профиль подготовки
специальность 38.03.07.05 "Экспертиза товаров во
внутренней и внешней торговле"

Направленность
(профиль)

Форма обучения

заочная

Год набора

2017

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.03.07 Товароведение профиль подготовки 38.03.07.05

"Экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле"

заочная форма обучения

год набора 2017

Программу
составили

ст.преподаватель, Веремеенко О.С.

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины является:

формирование основ знания ведения маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов в различных сферах экономики.

1.2 Задачи изучения дисциплины

К задачам изучения дисциплины относятся:

1. представление современной теории маркетинга, формирование умений ее практического использования;
2. развитие способностей анализа и управления спросом на товары предприятия;
3. формирование навыков аналитического обеспечения решения проблем оптимизации ассортимента и стимулирования сбыта товаров.

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

ОПК-4: способность использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач	
Уровень 1	основные положения социальных, гуманитарных, экономических наук
Уровень 1	применять полученные знания по результатам изучения социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач
Уровень 1	методами социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач
ПК-1: умение анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства	
Уровень 1	знать: - критерии выбора коммерческих предложений и оценки поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства;
Уровень 1	уметь - осуществлять закупки и реализацию сырья и потребительских товаров;
Уровень 2	- осуществлять связь с поставщиками и потребителями;
Уровень 3	- составлять и анализировать договоры купли-продажи (контракты) потребительских товаров;

Уровень 1	владеть: - технологией организации торгово-закупочной деятельности в масштабах отдельного торгового предприятия.
ПК-5:способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств	
Уровень 1	знать: - принципы товарного менеджмента в организации товарооборотной и коммерческой деятельности;
Уровень 2	- принципы формирования ассортимента и управления товарными потоками на всех этапах товародвижения
Уровень 1	уметь: - применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации товаров;
Уровень 2	- осуществлять товарный менеджмент при закупке и реализации сырья и товаров и осуществлять продвижение товаров;
Уровень 1	владеть: - методами продвижения товаров.
ПК-7:умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента	
Уровень 1	знать: - методы изучения и анализа потребительского рынка товаров, формирования спроса и стимулирования сбыта;
Уровень 1	уметь: - изучать и анализировать спрос и разрабатывать предложения по оптимизации торгового ассортимента;
Уровень 1	владеть: - методами анализа спроса и управления ассортиментом товаров в торговом предприятии.
ПК-10:способность выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости	
Уровень 1	ценообразующие характеристики товаров
Уровень 1	анализировать потребительские свойства товаров на основе ценообразующих характеристик
Уровень 1	методами оценки рыночной стоимости товара

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Организация и управление коммерческой деятельностью

Теоретические основы товароведения

Товарная информация

Информационное сопровождение товаров

Основы научных исследований

Хранение и упаковывание потребительских товаров

Идентификация и обнаружение фальсификации потребительских товаров

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		6
Общая трудоемкость дисциплины	3 (108)	3 (108)
Контактная работа с преподавателем:	0,39 (14)	0,39 (14)
занятия лекционного типа	0,11 (4)	0,11 (4)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,28 (10)	0,28 (10)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	2,5 (90)	2,5 (90)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)	0,11 (4)	0,11 (4)

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	1.Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства	0,5	1	0	10	ОПК-4
2	2.Процесс управления маркетингом	0	1	0	10	ПК-1 ПК-5
3	3.Товар в системе маркетинга	0,5	1	0	10	ПК-1 ПК-5 ПК-7
4	4.Ценовая политика. Виды ценовых решений в маркетинге	0,5	1	0	10	ПК-1 ПК-5 ПК-7
5	5.Сбытовая политика. Виды и выбор каналов распределения	0,5	1	0	10	ПК-5 ПК-7
6	6.Система ФОССТИС и формы активного продвижения товара	0,5	1	0	10	ПК-1 ПК-5 ПК-7

7	7.Виды и назначение маркетинговых исследований Комплексное исследование товарного рынка	0,5	1	0	8	ПК-1 ПК-5 ПК-7
8	8.Сегментация рынка. Выбор целевого рынка	0,5	1	0	8	ПК-1 ПК-5 ПК-7
9	9.Маркетинговый анализ потребителей. Теория потребительского поведения	0,5	1	0	8	ПК-1 ПК-5 ПК-7
10	10.Анализ конкурентов в маркетинговых исследованиях	0	1	0	6	ПК-1 ПК-5 ПК-7
11	Контроль	0	0	0	0	ПК-1 ПК-5 ПК-7
Всего		4	10	0	90	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства	0,5	0	0
2	3	Товар в системе маркетинга.	0,5	0	0
3	4	Ценовая политика. Виды ценовых решений в маркетинге	0,5	0	0
4	5	Сбытовая политика предприятия	0,5	0	0
5	6	Система ФОССТИС и формы активного продвижения товара	0,5	0	0

6	7	Виды и назначение маркетинговых исследований Комплексное исследование товарного рынка	0,5	0	0
7	8	Сегментация рынка. Выбор целевого рынка.	0,5	0	0
8	9	Маркетинговый анализ потребителей. Теория потребительского поведения.	0,5	0	0
Итого			1,5	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства	1	1	0
2	2	Процесс управления маркетингом	1	1	0
3	3	Товар в системе маркетинга.	1	1	0
4	4	Ценовая политика. Виды ценовых решений в маркетинге	1	1	0
5	5	Сбытовая политика. Виды и выбор каналов распределения	1	1	0
6	6	Система ФОССТИС и формы активного продвижения товара	1	1	0
7	7	Виды и назначение маркетинговых исследований Комплексное исследование товарного рынка	1	0	0
8	8	Сегментация рынка. Выбор целевого рынка.	1	0	0
9	9	Маркетинговый анализ потребителей. Теория потребительского поведения.	1	0	0

10	10	Анализ конкурентов в маркетинговых исследованиях	1	0	0
Всего			10	6	0

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Алешина О. Г., Веремеенко О. С., Суслова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Юшкова Л. В.	Маркетинг: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2017

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

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

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Герасимов Б. И., Мозгов Н.Н.	Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие	Москва: Форум, 2014
Л1.2	Котлер Ф., Келлер К. Л.	Маркетинг менеджмент	Москва: Питер, 2015
Л1.3	Коротков А. В.	Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров по экономическим направлениям и специальностям	Москва: Юрайт, 2016
Л1.4	Парамонова Т. Н.	Маркетинг: учебник для вузов по направлению подготовки "Коммерция" и специальностям "Коммерция (торговое дело)", "Маркетинг", "Реклама"	Москва: КНОРУС, 2016

6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1		Все о маркетинге: Сб. материалов для руководителей предприятий, эконом. и коммерч. служб	М.: Х.Г.С., Азимут-Центр 1992
Л2.2	Басовский Л. Е., Басовская Е. Н.	Маркетинг: учеб. пособие	Москва: ИНФРА-М, 2014
Л2.3	Суслов Д. Н.	Внешнеторговый маркетинг: учеб.-метод. пособие [для студентов напр. 080100.68.00.05 «Международная экономика и торговая политика»]	Красноярск: СФУ, 2013
Л2.4	Шемятихина Л. Ю., Лагутина Е. Е.	Маркетинг для бакалавров менеджмента и экономики: учебное пособие для вузов по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация бакалавр)	Ростов-на-Дону: Феникс, 2015
Л2.5	Куимов В. В., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Панкова Л. В.	Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири: монография	Красноярск: СФУ, 2015
Л2.6	Токарев Б. Е.	Маркетинговые исследования: учебник	Москва: Магистр, 2013
Л2.7	Лебедева О.А., Лыгина Н.И.	Маркетинговые исследования рынка: учебник	Москва: ИД Форум, 2013
Л2.8	Скворцова Н. А.	Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2015
Л2.9	Казакова Н. А.	Маркетинговый анализ: учебное пособие	Москва: ИНФРА-М, 2014
Л2.10	Калужский М. Л.	Практический маркетинг: учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2015
Л2.11	Карпова Н. В.	Маркетинг: учебное пособие	Старый Оскол: ТНТ, 2015
6.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Егоров Ю. Н.	Основы маркетинга: учебник	Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015
Л3.2	Алешина О. Г., Веремеенко О. С., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Юшкова Л. В.	Маркетинг: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2017

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

Э1	Официальный сайт издательства	www.foodprom.ru
----	-------------------------------	-----------------

	«Пищевая промышленность». Журналы «Пищевая промышленность», «Хранение и переработка сельскохозяйственного сырья»	
Э2	Электронная библиотечная система	http://www.biblioclub.ru/
Э3	Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «Спрос»	www.spros.ru
Э4		www.marketing.ru
Э5		www.marketologi.ru
Э6		www.marketing.spb.ru
Э7		www.md-marketing.ru
Э8		www.co.ru
Э9		www.rbc.ru
Э10		www.retail.ru
Э11		www.retailclub.ru
Э12		www.retailer.ru
Э13		www.shop-academy.com
Э14		www.vedomosti.ru
Э15		www.ucheba.ru
Э16		www.4p.ru

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Курс изучения дисциплины базируется на следующих видах занятий:

- лекциях,
- практических занятиях,
- самостоятельной работе студентов (мини-опросам, подготовка к написанию курсовой работы, сдаче зачета и экзамена)

Средства обучения как важная составляющая характеристика дидактического процесса позволяют обеспечивать достижение целей обучения.

Они являются составной частью методики (технологии) обучения, которая включает в себя также средства и организационные формы обучения (виды занятий).

Методы обучения – это взаимодействие педагога и обучаемого на основе системы последовательных действий преподавателя, организующих познавательную и практическую деятельность студентов по усвоению учебного материала с помощью различных средств.

Пять общедидактических методов обучения охватывают всю совокупность педагогического взаимодействия преподавателя и студентов: информационно-рецептивный, репродуктивный, проблемное

изложение, эвристический и исследовательский.

Лекционный материал:

– Для организации первоначального усвоения знаний, новой и готовой информации на лекциях необходимо использовать объяснительно-иллюстративный метод (информационно-рецептивный), основанный на устном изложении учебной информации с демонстрацией наглядного материала (диаграмм, образцов товаров, слайдов-презентаций, плакатов).

– В ходе изложения лекционного материала может в определенных случаях использоваться эвристический метод (частично-поисковый), при котором преподаватель, обозначив проблему, трудную для самостоятельного решения, делит ее на подпроблемы, после чего серией взаимосвязанных вопросов подводит студентов к её решению.

– Логическим продолжением предыдущего метода является метод проблемного изложения, при котором преподаватель, обозначив проблему и цепью рассуждений раскрыв ее решение, показывает при этом противоречивость и сложность процесса выявления взаимосвязей и закономерностей в рамках дисциплины. Преподаватель, используя данный метод, время от времени прерывает свой рассказ и предлагает студентам высказать предположение, сформулировать вопрос, который был бы уместен в данный момент.

В целях активизации мыслительной деятельности студентов и повышения их профессиональной мотивации, развития способности анализировать научные и практические проблемы необходимо включение в лекцию следующих методов и приемов: элементов диалога, эвристической беседы, групповой дискуссии.

Включение в лекцию проблемных вопросов, ситуаций, заданий. Такие вопросы можно использовать в конце лекции как задание на следующее занятие. Поскольку зачастую активное участие в обсуждении принимают не все студенты, группу можно разделить на несколько малых групп, каждая из которых должна будет дать ответ на поставленный вопрос.

Использование эвристической беседы как тщательно продуманной системы вопросов способствует лучшему усвоению нового материала.

Актуализация прежних знаний и опыта студентов в период чтения лекции посредством вопросов, небольших тестов, анализа конкретных ситуаций. Вопросы к студентам, требующие приведения жизненных примеров, которые могут проиллюстрировать те или иные ситуации.

Анализ конкретных ситуаций из торговой практики.

Показ значения полученных знаний для будущей профессиональной деятельности.

Использование фактических данных (примеров из торговой

практики; цифр, иллюстрирующих количественную сторону каких-либо явлений).

Использование опорных сигналов, опорных тезисов лекций.

Тренировка чувствительности - прием, активирующий внимание и эмоциональную вовлеченность слушателя в тему, проблему. Достигается это путем введения в содержание лекции научного, профессионального и личного опыта преподавателя: что он считает важным в даваемой информации, почему так утверждает или отрицает что-то, как поступаем в таких случаях и многое другое.

В работе с основными понятиями тем преподаватель может сам раскрывать содержание основных понятий, выделяя их главные и существенные признаки, показывая иерархическую зависимость между раскрываемыми понятиями. Однако, можно применять ряд приемов активного обучения, при котором студенты становятся соавторами определения сути того или иного понятия (мозговой штурм, смысловое расщепление, иерархизация понятия, объяснение понятия с использованием рисунков и метафор, введение более простого, чем в учебнике, понятия, использование типичных практических ситуаций, свободные ассоциации, нахождение семантической связи между значением слова и содержанием понятия, сравнение нескольких точек зрения на тот или иное понятие).

Практические занятия.

Поскольку дисциплина имеет прикладное значение, серьезное внимание должно быть уделено методам и приемам практического обучения посредством проведения практических занятий. Лекции и практические занятия должны обеспечить творческое усвоение теоретических и практических проблем.

Для усвоения способов деятельности на лабораторных занятиях преподаватель может использовать репродуктивный метод, конструируя задания на воспроизведение действий. Например, просит студента воспроизвести порядок проведения эксперимента, пересказать ход рассуждений при анализе полученных значений, изложить содержание фрагмента нормативно-правового акта после его прочтения, сравнить требования нормативной документации разных правовых уровней на один вид продукции и т.п.

Целесообразность использования исследовательского метода состоит в необходимости организационного усвоения опыта интерпретации результатов экспериментальной деятельности, приложения знаний, полученных в результате интеграции теоретического знания, практических навыков и умений, в формировании в сознании студента исследовательской культуры, научного подхода и творческого мышления.

Каждое практическое занятие следует начинать и / или

заканчивать мини-опросом, позволяющим оценивать как готовность к практическому изучению пройденной на лекции темы, так и закрепление материала по результатам проведенного занятия.

Опросы на лабораторно-практических занятиях. Следует подчеркнуть, что темы опросов могут варьироваться в зависимости от особенностей аудитории, уровня освоения материала, темпа прохождения курса. Кроме того, сама форма проведения занятия также может меняться в зависимости от особенностей учебной группы и замысла преподавателя.

Так, темы опросов могут повторять темы лекций. Можно также рассматривать темы, которые не изучались на лекции. В этом случае опрос будет направлен на расширение знаний за счет учебников и первоисточников.

Возможно проведение опроса как репродуктивного, так и творческого типов. При таком опросе обсуждаются и определенные вопросы темы, и различные варианты решения практических ситуационных задач, заданий, проблем, вопросов.

Возможные способы организации опроса: фронтальный, групповой, парный, индивидуальный.

Самостоятельная работа студентов планируется по каждому из разделов теоретического курса. Кроме того, в самостоятельную работу студентов входит:

- подготовка к мини-опросам,
- подготовка к зачету и экзамену.

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

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	В открытом доступе для студентов имеются следующее программное обеспечение: Гарант, Консультант +, 1С: Предприятие, Лицензионное ПО Microsoft.
-------	--

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Электронные каталоги библиотек г. Красноярск
9.2.2	1. СФУ. БД "Книги"
9.2.3	2. СФУ. БД "Естественные и гуманитарные науки"
9.2.4	3. СФУ. БД "Учебно-методический комплекс дисциплин"
9.2.5	4. БД "Электронная библиотека для школ на базе СФУ"
9.2.6	5. Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края
9.2.7	6. Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН

9.2.8	7. Электронный каталог Библиотеки института физики им. Л.В. Киренского СО РАН
9.2.9	8. Электронный каталог Библиотеки института биофизики СО РАН
9.2.1 0	9. Электронный каталог Библиотеки института вычислительного моделирования СО РАН
9.2.1 1	10. Электронный каталог Библиотеки Института леса СО РАН
9.2.1 2	11. Электронный каталог Библиотеки института химии и химических технологий СО РАН
9.2.1 3	12. Электронный каталог Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева
9.2.1 4	13. Электронный каталог Научной библиотеки Сибирского государственного технологического университета.
9.2.1 5	
9.2.1 6	Российские электронные научные журналы и базы данных online
9.2.1 7	1. ИАС «Статистика»: http://www.ias-stat.ru
9.2.1 8	2. Государственный архив Красноярского края (ГАКК): http://красноярские-архивы.РФ [до 31/12/2013]
9.2.1 9	3. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): http://elibrary.ru [до 2023]
9.2.2 0	4. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ): http://uisrussia.msu .
9.2.2 1	5. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: http://dvs.rsl.ru (доступ к полному тексту), http://diss.rsl.ru (доступ к каталогу)
9.2.2 2	6. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": http://www.znaniium.com
9.2.2 3	7. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»»: http://rucont.ru
9.2.2 4	8. Электронно-библиотечная система «Лань»: http://e.lanbook .
9.2.2 5	Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
9.2.2 6	1. American Chemical Society (США): http://pubs.acs.org
9.2.2 7	2. American Physical Society: http://publish.aps.org
9.2.2 8	3. American Society of Mechanical Engineers http://asmedigitalcollection.asme.org [Тестовый доступ]
9.2.2 9	4. Annual Reviews Science Collection: http://www.annualreviews.org [постоянный]
9.2.3 0	5. Cambridge University Press: http://www.journals.cambridge.org [постоянный]

9.2.3 1	6.	EBSCO Publishing: http://search.ebscohost.com
9.2.3 2	7.	Elsevier: http://www.sciencedirect.com
9.2.3 3	8.	Journal Citation Reports (JCR): http://isiknowledge.com
9.2.3 4	9.	Institute of Physics: http://www.iop.org [постоянный]
9.2.3 5	10.	Nature: http://www.nature.com
9.2.3 6	11.	Oxford Journals: http://www.oxfordjournals.org
9.2.3 7	12.	Oxford Russia Fund eContent library: http://lib.myilibrary.com
9.2.3 8	13.	Sage: http://online.sagepub.com [постоянный] п
9.2.3 9	14.	Science/AAAS: http://www.sciencemag.org
9.2.4 0	15.	Science и Science Translational Medicine: http://www.sciencemag.org по
9.2.4 1	16.	Scopus: http://www.scopus.com
9.2.4 2	17.	Springer: http://www.springerlink.com
9.2.4 3	18.	Taylor&Francis: http://www.tandfonline.com
9.2.4 4	19.	Web of Science: http://isiknowledge.com
9.2.4 5	20.	Wiley (Blackwell): http://www.blackwell-synergy.com
9.2.4 6	21.	arXiv: http://arxiv.org [Свободный доступ]
9.2.4 7	22.	DOAJ: http://www.doaj.org [Свободный доступ]
9.2.4 8	23.	DRF (JAIRO): http://drf.lib.hokudai.ac.jp [Свободный доступ]
9.2.4 9	24.	Elsevier (журналы открытого доступа): http://sciencedirect.com
9.2.5 0	25.	MEMS Journal: http://www.memsjournal.com [Свободный доступ]
9.2.5 1	26.	Royal Society of Chemistry (журналы открытого доступа): http://www.rsc.org
9.2.5 2	27.	Scirus: http://www.scirus.com [Информационно-поисковые системы]

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

1. Персональные ЭВМ, объединенные в локальную вычислительную сеть.
2. Проекционное оборудование.

Дисциплина частично адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.