

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I»
(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Кафедра «Экономика и менеджмент в строительстве»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

Б1.В.21 «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ И ТАКТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

для направления подготовки

38.03.01 «Экономика»

по профилю

«Экономика строительных предприятий и организаций»

Форма обучения – очная

Санкт-Петербург
2026

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Экономика и менеджмент в строительстве»
Протокол № 6 от 29 января 2026 г.

Заведующий кафедрой
«Экономика и менеджмент в строительстве»
29 января 2026 г.

А.А. Леонтьев

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП ВО
29 января 2026 г.

А.А. Леонтьев

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Стратегический и тактический маркетинг» (Б1.В.21) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12.08.2020 г., приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 954, с учетом профессиональных стандартов 16.033 Специалист в области планово-экономического обеспечения строительного производства (утв. 27.04.2023 приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации № 410н), 08.043 Экономист предприятия (утв. 30.03.2021 приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации № 161н) и 08.036 Специалист по работе с инвестиционными проектами (утв. 23.09.2024 приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации № 497н).

Целью изучения дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере экономической деятельности строительных предприятий и организаций в условиях конкуренции с использованием современных маркетинговых инструментов, применения рыночных механизмов ценообразования, договорной и закупочной деятельности в строительстве.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- формирование современного представления о роли маркетинга в деятельности строительных предприятий и организаций, о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ и услуг, о маркетинговой информационной системе и механизмах рыночного ценообразования в строительстве;
- изучение основ стратегического и тактического маркетинга, маркетингового процесса, этапов стратегического планирования и маркетинговых стратегий дифференцирования и позиционирования в достижении конкурентных преимуществ, инструментов маркетингового комплекса и их практического применения в строительстве;
- формирование умений анализа рынка в строительстве, маркетинговой ситуации и конкурентоспособности строительного производства, обоснования существенных условий контракта и выбор поставщика (подрядчика, исполнителя) в сфере закупок материально-технических ресурсов и подрядных работ;
- овладение навыками разработки маркетингового комплекса подрядной организации, подготовки экономического обоснования участия в конкурсных процедурах, формирования и ведения баз данных о ценовых параметрах используемых материально-технических и финансовых ресурсов по заключенным и выполненным контрактам, конкурсного ценообразования, оценки конкурсных предложений и выбора поставщика материально-технических ресурсов для реализации процесса строительного производства;
- формирование представления о социальной ответственности лиц, осуществляющих стратегическое планирование и применение маркетинговых инструментов в целях обеспечения планово-экономической деятельности строительных предприятий и организаций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю) является формирование у обучающихся компетенций (части компетенций). Сформированность компетенций (части компетенций) оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций.

В рамках изучения дисциплины (модуля) осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирования у обучающихся практических навыков.

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Экономическое планирование процесса строительного производства	
ПК-1.1.1. Знает требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих порядок ведения хозяйственной и финансово-экономической деятельности строительных организаций	Обучающийся знает : – роль маркетинга в деятельности строительных предприятий и организаций; – маркетинговый процесс, этапы стратегического планирования и маркетинговые стратегии дифференцирования и позиционирования в достижении конкурентных преимуществ; – требования нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность в строительстве
ПК-3 Формирование коммерческих предложений для участия в конкурсных процедурах	
ПК 3.1.1. Знает законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд	Обучающийся знает : – инструменты маркетингового комплекса и возможности их практического применения в сфере закупок товаров, работ, услуг; – механизмы рыночного ценообразования в строительстве, включая конкурентное ценообразование в сфере закупок; – законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд
ПК-3.2.1. Умеет определять перечень исходных данных, необходимых для экономического обоснования контракта на проведение подрядных работ в строительстве	Обучающийся умеет : – определять перечень исходных данных, необходимых для экономического обоснования контракта на проведение подрядных работ в строительстве
ПК-3.2.5. Умеет анализировать тексты проектов договоров подряда	Обучающийся умеет : – анализировать предмет и существенные условия проектов договоров подряда
ПК-3.3.1. Имеет навыки формирования и ведения баз данных о ценовых параметрах используемых материально-технических и финансовых ресурсов по заключенным и выполненным контрактам	Обучающийся имеет навыки : – навыками формирования и ведения баз данных о ценовых параметрах используемых материально-технических и финансовых ресурсов по заключенным и выполненным контрактам; – навыками рыночного ценообразования в строительстве
ПК-3.3.2. Имеет навыки подготовки и анализа исходных технико-экономических показателей объекта конкурсной процедуры	Обучающийся имеет навыки : – анализа рынка в строительстве, маркетинговой ситуации и конкурентоспособности строительной продукции; – подготовки и анализа исходных технико-экономических показателей объекта конкурсной процедуры
ПК-3.3.4. Имеет навыки подготовки экономического обоснования участия в конкурсных процедурах	Обучающийся имеет навыки : – разработки маркетингового комплекса подрядной организации и применения инструментов маркетинга в сфере закупок товаров, работ, услуг; – подготовки экономического обоснования участия в конкурсных процедурах
ПК-3.3.9. Имеет навыки	Обучающийся имеет навыки :

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
подготовки технико-экономического обоснования коммерческих предложений для участия в конкурсных процедурах	– подготовки технико-экономического обоснования коммерческих предложений для участия в конкурсных процедурах
ПК-4 Ведение экономических работ в составе договорной и закупочной деятельности в строительной организации	
ПК-4.1.1. Знает порядок и правила подготовки предложений в план закупок материально-технических ресурсов для реализации процесса строительного производства	Обучающийся знает : – порядок и правила подготовки предложений в план закупок материально-технических ресурсов для реализации процесса строительного производства
ПК-4.2.5. Умеет формулировать предложения по ценам на материально-технические ресурсы представителям поставщиков	Обучающийся умеет : – формулировать предложения по ценам на материально-технические ресурсы и подрядные работы
ПК-4.2.6. Умеет применять требования к подготовке предложений по экономической части проектов договоров подряда для конкурсных процедур	Обучающийся умеет : – формулировать предложения по экономической части проектов договоров подряда для конкурсных процедур
ПК-4.2.8. Умеет обосновывать выбор поставщика ресурсов на основе созданной системы показателей с учетом специфики деятельности организации	Обучающийся умеет : – обосновывать выбор поставщика (подрядчика, исполнителя) в сфере закупок материально-технических ресурсов и подрядных работ с учетом специфики деятельности организации
ПК-9 Разработка инвестиционного проекта	
ПК-9.3.1. Имеет навыки подготовки предложений по инвестиционным проектам в соответствии с критериями их рыночной привлекательности, а также с целями проекта и критериями отбора продукции, полученными от заказчика	Обучающийся имеет навыки : – подготовки предложений по инвестиционным проектам в соответствии с критериями их рыночной привлекательности, а также с целями проекта и критериями отбора продукции, полученными от заказчика

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	64
В том числе:	
– лекции (Л)	32

– практические занятия (ПЗ)	16
– лабораторные работы (ЛР)	16
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	80
Контроль	36
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э, КП
Общая трудоемкость: час / з.е.	180/5

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Стратегический маркетинг	Лекция 1. Роль маркетинга в строительстве и экономике строительных предприятий и организаций (2 часа)	ПК-1.1.1
		Практическое занятие 1. Обоснование принципов управления качеством товаров, работ, услуг (2 часа)	ПК-3.2.1
		Лекция 2. Управление маркетингом (2 часа)	ПК-1.1.1
		Практическое занятие 2. Сравнительный анализ концепции маркетинга (2 часа)	ПК-3.2.1
		Лекция 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования (2 часа)	ПК-1.1.1
		Лекция 4. Контрактная система в сфере закупок товаров, работ, услуг (4 часа)	ПК-3.1.1 ПК-4.1.1
		Деловая игра Закупка товаров, работ, услуг для государственных нужд в сфере транспортного строительства (8 часов)	ПК-3.2.5 ПК-3.3.2 ПК-3.3.4 ПК-3.3.9 ПК-4.2.6 ПК-4.2.8
		Лекция 5. Стратегическое планирование, дифференцирование и позиционирование в достижении конкурентных преимуществ (4 часа)	ПК-1.1.1
		Лабораторная работа 1. Дифференцирование товара (работ) и определение конкурентных преимуществ с использованием качественных, функциональных и экономических характеристик (2 часа)	ПК-3.3.2 ПК-9.3.1
		Практическое занятие 3. Обоснование (выбор) стратегии позиционирования товара (работ) в достижении конкурентных преимуществ (2 часа)	ПК-3.3.2
		Самостоятельная работа. Изучение учебных вопросов и требований правовых нормативных документов: - Опарин С.Г. Стратегический и тактический маркетинг : [электронное учебное пособие] /	ПК-1.1.1 ПК-3.1.1 ПК-3.2.1 ПК-3.2.5 ПК-3.3.2

		С.Г. Опарин, С.П. Павленко. – Санкт-Петербург : ФГБОУ ВО ПГУПС, 2026. – 92 с. – 1 CD-ROM. – Текст : электронный https://www.elibrary.ru/download/elibrary_89203399_71378915.pdf; - Гурьева С. Р. Обеспечение конкуренции при заключении государственных контрактов / С. Р. Гурьева // Вестник Российской правовой академии. – 2023. – № 3. – С. 136-146; - Маркетинг: учебник и практикум для вузов / под ред. Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2025. 386 с. (Высшее образование). Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/560612; - Божук С.Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. - 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2025. 304 с. (Высшее образование). Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/561710; - Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. М.: Издательство Юрайт, 2025. 307 с. (Высшее образование). Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/560241; - Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 15-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 848 с. (Серия «Классический зарубежный учебник»). – URL: http://ibooks.ru/reading.php?productid=340124. – Режим доступа: для авториз. пользователей; - Опарин С.Г. Архитектурно-строительное проектирование: учебник и практикум для вузов / С.Г. Опарин, А.А. Леонтьев ; под общ. ред. С.Г. Опарина. 2-е изд. Москва : Издательство Юрайт, 2025. 276 с.. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт — URL: https://urait.ru/bcode/560949; - Опарин С.Г., Сулима В.В. Размещение заказа на выполнение работ в транспортном строительстве: методическое пособие по подготовке и проведению деловой игры. СПб: ПГУПС, 2011; - Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период до 2030 года (утв. протоколом Президиума ФАС России от 03.07.2019 № 6). – URL: https://fas.gov.ru/documents/685792 (дата обращения: 30.03.2026); - законодательство Российской Федерации и	ПК-3.3.4 ПК-3.3.9 ПК-4.1.1 ПК-4.2.6 ПК-4.2.8 ПК-9.3.1
--	--	--	--

		нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; - Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ; - Федеральный закон РФ от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (ред. от 08.08.2024); - Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»; - Методические рекомендации по применению методов определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем) [утв. приказом Минэкономразвития России от 02.10.2013 № 567]	
2	Тактический маркетинг	Лекция 6. Маркетинговый комплекс (2 часа)	ПК-1.1.1
		Лекция 7. Товар и товарная политика (2 часа)	ПК-1.1.1
		Лекция 8. Ценовая политика и ее реализация в достижении ценовой конкуренции (4 часа)	ПК-1.1.1 ПК-4.1.1
		Практическое занятие 4. Обоснование стратегии ценообразования: установления, корректирования и изменения цен (2 часа)	ПК-3.3.1
		Лабораторная работа 2. Установление цены на товар (работы) методом ценообразования по уровню безубыточности производства (2 часа)	ПК-4.2.5
		Лекция 9. Методы конкурентного ценообразования в строительстве (4 часа)	ПК-1.1.1 ПК-4.1.1
		Лабораторная работа 3. Установление цены на товар (работы) методом ценообразования на основе анализа спроса и предложения (2 часа)	ПК-4.2.5
		Лабораторная работа 4. Анализ текущего уровня цен и установление цены на товар (работы) на основе цен конкурентов (2 часа)	ПК-4.2.5
		Лабораторная работа 5. Установление цены на товар (работы) методом конкурентного ценообразования (4 часа)	ПК-4.2.5 ПК-4.2.8
		Лекция 10. Каналы распределения и маркетинговая логистика (2 часа)	ПК-1.1.1
		Лекция 11. Интегрированные маркетинговые коммуникации (2 часа)	ПК-1.1.1
		Лекция 12. Электронный маркетинг (4 часа)	ПК-1.1.1
		Практическое занятие 5. Анализ онлайн-рынков и выбор средств	ПК-3.2.1

		<i>электронного маркетинга (2 часа)</i>	
		Курсовой проект <i>Маркетинговый комплекс подрядной организации</i>	ПК-3.2.1 ПК-3.3.1 ПК-4.2.5 ПК-9.3.1
		Самостоятельная работа. <i>Изучение учебных вопросов и требований правовых нормативных документов:</i> - Опарин С.Г. Стратегический и тактический маркетинг : [электронное учебное пособие] / С.Г. Опарин, С.П. Павленко. – Санкт-Петербург : ФГБОУ ВО ПГУПС, 2026. – 92 с. – 1 CD-ROM. – Текст : электронный https://www.elibrary.ru/download/elibrary_89203399_71378915.pdf; - Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. Москва : Издательство Юрайт, 2022. 474 с. (Бакалавр и магистр. Академический курс). Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт] – URL: https://urait.ru/bcode/507921; - Маркетинг: учебник и практикум для вузов / под ред. Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2025. 386 с. (Высшее образование). Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/560612; - Божук С.Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. - 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2025. 304 с. (Высшее образование). Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/561710; - Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. М.: Издательство Юрайт, 2025. 307 с. (Высшее образование). Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/560241; - Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 15-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 848 с. (Серия «Классический зарубежный учебник»). – URL: http://ibooks.ru/reading.php?productid=340124. – Режим доступа: для авториз. пользователей; - Опарин С.Г. Архитектурно-строительное проектирование: учебник и практикум для вузов / С.Г. Опарин, А.А. Леонтьев ; под общ. ред. С.Г. Опарина. 2-е изд. Москва : Издательство Юрайт, 2025. 276 с.. Текст: электронный // Образовательная платформа	ПК-1.1.1 ПК-3.2.1 ПК-3.3.1 ПК-4.1.1 ПК-4.2.5 ПК-4.2.8 ПК-9.3.1

		Юрайт — URL: https://urait.ru/bcode/560949 ; - законодательство Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность в строительстве; - Градостроительный кодекс Российской Федерации от 19.12.2004 № 190-ФЗ; - Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»	
--	--	--	--

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	Стратегический маркетинг	14	10	6	38	68
2	Тактический маркетинг	18	6	10	42	76
	Итого	32	16	16	80	144
Контроль						36
Всего (общая трудоемкость, час.)						180

6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине является неотъемлемой частью рабочей программы и представлены отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Порядок изучения дисциплины следующий:

1. Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины, используя методические материалы дисциплины, а также учебно-методическое обеспечение, приведенное в разделе 8 рабочей программы.

2. Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, предусмотренные текущим контролем успеваемости (см. оценочные материалы по дисциплине).

3. По итогам текущего контроля успеваемости по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. оценочные материалы по дисциплине).

8. Описание материально-технического и учебно-методического обеспечения, необходимого для реализации образовательной программы по дисциплине

8.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, укомплектованные специализированной учебной мебелью и оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: настенным экраном (стационарным или переносным), маркерной доской и (или) меловой доской, мультимедийным проектором (стационарным или переносным).

Все помещения, используемые для проведения учебных занятий и самостоятельной работы, соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Перечень лицензионных программ представлен на внутреннем портале ФГБОУ ВО ПГУПС по адресу <http://eaisu.pgups.edu.mps/info/prog/>.

8.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных:

- Электронно-библиотечная система ibooks.ru («Айбукс»). – URL: <https://ibooks.ru> / — Режим доступа: для авториз. пользователей;

- Электронная библиотека ЮРАЙТ. – URL: <https://urait.ru/> — Режим доступа: для авториз. Пользователей.

8.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к информационным справочным системам:

- Нормативно-правовая база КонсультантПлюс/ Некоммерческая интернет-версия [Электронный ресурс]-Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>, свободный;

- Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс]-Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/>, свободный.

8.5. Перечень печатных изданий, используемых в образовательном процессе:

- Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. Москва : Издательство Юрайт, 2022. 474 с. (Бакалавр и магистр. Академический курс). Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт] – URL: <https://urait.ru/bcode/507921>;

- Гурьева С. Р. Обеспечение конкуренции при заключении государственных контрактов / С. Р. Гурьева // Вестник Российской правовой академии. – 2023. – № 3. – С. 136-146;

- Маркетинг: учебник и практикум для вузов / под ред. Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2025. 386 с. (Высшее образование). Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/560612>;

- Божук С.Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. - 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2025. 304 с. (Высшее образование). Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/561710>;

- Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. М.: Издательство Юрайт, 2025. 307 с. (Высшее образование). Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/560241>;

- Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 15-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 848 с. (Серия «Классический зарубежный учебник»). – URL: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340124>. – Режим доступа: для авториз. пользователей;

- Опарин С.Г. Архитектурно-строительное проектирование: учебник и практикум для вузов / С.Г. Опарин, А.А. Леонтьев ; под общ. ред. С.Г. Опарина. 2-е изд. Москва : Издательство Юрайт, 2025. 276 с. (Высшее образование). Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560949>;

- Опарин С.Г. Стратегический и тактический маркетинг : [электронное учебное пособие] / С. Г. Опарин, С. П. Павленко. – Санкт-Петербург : ФГБОУ ВО ПГУПС, 2026. – 92 с. – 1 CD-ROM. – Текст : электронный https://www.elibrary.ru/download/elibrary_89203399_71378915.pdf;

- Опарин С.Г., Сулима В.В. Размещение заказа на выполнение работ в транспортном строительстве: методическое пособие по подготовке и проведению деловой игры. СПб: ПГУПС, 2011;
 - Градостроительный кодекс Российской Федерации от 19.12.2004 № 190-ФЗ;
 - Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ;
 - Федеральный закон РФ от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (с изм. и доп., вступившими в силу с 01.01.2025);
 - Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
 - Федеральный закон РФ от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (ред. от 08.08.2024).
 - Федеральный закон РФ от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (ред. от 28.12.2025);
 - Методические рекомендации по применению методов определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем) : утв. приказом Минэкономразвития России от 02.10.2013 № 567;
 - Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период до 2030 года (утв. протоколом Президиума ФАС России от 03.07.2019 № 6). – URL: <https://fas.gov.ru/documents/685792> (дата обращения: 30.03.2026).
- 8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:
- Личный кабинет ЭИОС [Электронный ресурс]. – URL: my.pgups.ru — Режим доступа: для авториз. пользователей;
 - Электронная информационно-образовательная среда. [Электронный ресурс]. – URL: <https://sdo.pgups.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей;
 - Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс]: <http://docs.cntd.ru/> — Режим доступа: свободный.

Разработчик программы
 профессор кафедры «Экономика и менеджмент
 в строительстве», д.т.н., профессор

С.Г. Опарин

«28» января 2026 г.