

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.ДВ.2 «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ И ОПЕРАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ»**  
для направления подготовки  
**38.04.02 «Менеджмент»**  
  
по магистерской программе  
**«Управление проектами и рисками»**

Форма обучения – очная, заочная

Санкт-Петербург  
2025

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Экономика и менеджмент в строительстве»  
Протокол № 7 от 28 января 2025 г.

Заведующий кафедрой  
«Экономика и менеджмент в строительстве»  
28 января 2025 г.

А.А. Леонтьев

## СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП  
28 января 2025 г.

С.Г. Опарин

## 1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Стратегический и операционный маркетинг» (Б1.В.ДВ.2) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12 августа 2020 г., приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 952, с учетом профессионального стандарта 08.036 «Специалист по работе с инвестиционными проектами» утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 16 апреля 2018 года № 239н.

Целью изучения дисциплины «Стратегический и операционный маркетинг» является формирование у обучающихся системы теоретических знаний и компетенций в области стратегического и операционного маркетинга предприятий и организаций в условиях рыночной экономики.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- формирование представления о целях, задачах и приложениях стратегического и операционного маркетинга в экономике предприятий и организаций;
- изучение концепций стратегического маркетинга, овладение методами анализа рыночных возможностей, стратегического планирования, разработки стратегии позиционирования товаров, работ, услуг в условиях рыночной экономики;
- овладение тактикой маркетинга и навыками разработки маркетингового комплекса предприятия (организации), методами разработки товарной политики, рыночного ценообразования, системы распределения и комплекса продвижения товаров, работ и услуг;
- формирование представления о социальной ответственности лиц, осуществляющих маркетинг-менеджмент в экономике предприятий и организаций, расширении маркетинга и перспективах его развития.

### 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 и/или части компетенций. Сформированность компетенций и/или 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.

- владеть концепциями стратегического маркетинга методами анализа рыночных возможностей;
- владеть методами исследования и мониторинга внешних и внутренних факторов влияющих на стратегическое планирование в организации;
- владеть навыками разработки стратегии формирования цен на товары, работы, услуги и оценка ее эффективности.

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<b>ПК-1 Подготовка экономических обоснований для стратегических и оперативных планов развития организации</b>	
ПК-1.3.8 Знает требования законодательства и нормативных правовых актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность	Обучающийся знает: требования законодательства и нормативных правовых актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность предприятия

<b>Индикаторы достижения компетенций</b>	<b>Результаты обучения по дисциплине (модулю)</b>
предприятия	
<b>ПК-2 Стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами</b>	
ПК-2.1.2 Знает отечественный и зарубежный опыт рациональной организации экономической деятельности организации в условиях рыночной экономики	<p><i>Обучающийся знает:</i></p> <p>отечественный и зарубежный опыт рациональной организации экономической деятельности организации в условиях рыночной экономики</p>
ПК-2.2.3 Умеет разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	<p><i>Обучающийся умеет:</i></p> <p>разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках</p>
ПК-2.2.4 Умеет составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений	<p><i>Обучающийся умеет:</i></p> <p>составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений</p>
ПК-2.3.8 Владеет навыками разработки стратегий развития и функционирования организации и ее подразделений	<p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <p>навыками разработки стратегий развития и функционирования организации и ее подразделений</p>
<b>ПК-3 Разработка методик, алгоритмов и функциональных заданий для формирования и эксплуатации информационно-аналитических систем и формирование баз данных</b>	
ПК-3.1.2 Знает методологию и методы ценообразования на продукцию, работы и услуги в сфере капитального строительства	<p><i>Обучающийся знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методологию и методы ценообразования на продукцию, работы и услуги в сфере капитального строительства</li> </ul>
ПК-3.3.1 Владеет методами анализа и исследования нормативных правовых актов и методической документации, регламентирующих прогнозирование и экспертизу цен	<p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами анализа и исследования нормативных правовых актов и методической документации, регламентирующих прогнозирование и экспертизу цен</li> </ul>
<b>ПК-4 Формирование ценовой политики организации</b>	
ПК-4.2.2 Умеет применять методики стратегического и экономического анализа для формирования ценовой политики организации	<p><i>Обучающийся умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять методики стратегического и экономического анализа для формирования ценовой политики организации</li> </ul>
ПК-4.3.1 Владеет методами исследования и мониторинга внешних и внутренних факторов ценообразования и ценовой политики организации	<p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами исследования и мониторинга внешних и внутренних факторов ценообразования и ценовой политики организации</li> </ul>
ПК-4.3.2 Владеет навыками разработки стратегии формирования цен на товары, работы, услуги и оценка ее эффективности	<p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками разработки стратегии формирования цен на товары, работы, услуги и оценка ее эффективности</li> </ul>

### 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

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3
Контактная работа (по видам учебных занятий)	48	48
В том числе:		
– лекции (Л)	32	32
– практические занятия (ПЗ)	16	16
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	60	60
Контроль	36	36
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э	Э
Общая трудоемкость: час / з.е.	144 / 4	144 / 4

Примечание: «Форма контроля» – экзамен (Э).

Для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		2
Контактная работа (по видам учебных занятий)	20	20
В том числе:		
– лекции (Л)	12	12
– практические занятия (ПЗ)	8	8
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	115	115
Контроль	9	9
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э	Э
Общая трудоемкость: час / з.е.	144 / 4	144 / 4

#### 5. Структура и содержание дисциплины

##### 5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

Для очной формы обучения:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Стратегический и операционный маркетинг и виды стратегий	Лекция 1. Основные функции, принципы и среда маркетинга. Определение, функции и модель маркетинга фирмы. Основные принципы маркетингового мышления и философия фирмы. Стратегический и операционный маркетинг.	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2
		Лекция 2. Сущность стратегического и операционного маркетинга Понятие стратегии. Классификация стратегий, сущность, виды стратегий. Роль и задачи стратегического маркетинга.	ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
		Лекция 3. Стратегия, тактика и основные аспекты маркетинговой деятельности фирмы Классификация стратегий, сущность, виды стратегий. Анализ текущего положения фирмы. SWOT – анализ.	ПК-1.3.8 ПК-2.3.8 ПК-3.3.1

		<p>Определение целей. Разработка стратегии и планов. Тактика маркетинга. Комплекс маркетинга.</p> <p><b>Лекция 4.</b> Базовые маркетинговые стратегии Основные базовые маркетинговые стратегии и их характеристика.</p> <p><b>Практическое занятие 1-2.</b> Цели и средства стратегического маркетинга. Управление маркетингом как управление спросом. Среда и условия эффективной маркетинговой деятельности.</p> <p><b>Практическое занятие 3-4.</b> Анализ текущего положения фирмы. SWOT – анализ. Определение целей. Разработка стратегии и планов. Тактика маркетинга. Комплекс маркетинга</p> <p><b>Самостоятельная работа.</b> Доработка конспекта лекций Выполнение и оформление отчетов по практическим заданиям Подготовка к тестированию Ознакомиться с учебной литературой и нормативными документами, используемыми в образовательном процессе п. 8.5.</p>	ПК-4.3.1 ПК-4.3.2 ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2 ПК-1.2.4 ПК-1.3.8 ПК-2.3.8 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2 ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
2	Разработка маркетинговой стратегии организации	<p><b>Лекции 5-6.</b> Стратегии и политика ценообразования Стратегии и политика ценообразования в условиях рынка. Стратегии корректирования и изменения цен. Инициативное изменение цен и реакция на ценовые изменения конкурентов. Ценовая политика и этапы ее реализации. Рыночные методы ценообразования.</p> <p><b>Лекция 7-8.</b> Разработка маркетинговой стратегии компаний Цели и задачи стратегического маркетингового планирования. Алгоритм процесса стратегического планирования. Методические инструменты по стратегическому анализу и диагностике.</p> <p><b>Практические занятия 5-6.</b> Стратегии и политика ценообразования в условиях рынка. Стратегии корректирования и изменения цен. Инициативное изменение цен и реакция на ценовые изменения конкурентов. Ценовая политика и этапы ее реализации.</p> <p><b>Практическое занятие 7-8.</b> Цели и задачи стратегического маркетингового планирования. Алгоритм процесса стратегического планирования Анализ конкуренции.</p> <p><b>Самостоятельная работа.</b> Доработка конспекта лекций Выполнение и оформление отчетов по практическим заданиям Подготовка к тестированию Ознакомиться с учебной литературой и нормативными документами, используемыми в образовательном процессе п. 8.5.</p>	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2 ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2 ПК-1.1.2 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2

Для заочной формы обучения:

№	Наименование	Содержание раздела	Индикаторы
---	--------------	--------------------	------------

п/п	раздела дисциплины		достижения компетенций
1	Стратегический и операционный маркетинг и виды стратегий	<p><b>Лекция 1.</b> Основные функции, принципы и среда маркетинга.</p> <p>Определение, функции и модель маркетинга фирмы. Основные принципы маркетингового мышления и философия фирмы. Стратегический и операционный маркетинг.</p>	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2
		<p><b>Лекция 2.</b> Сущность стратегического и операционного маркетинга</p> <p>Понятие стратегии. Классификация стратегий, сущность, виды стратегий. Роль и задачи стратегического маркетинга.</p>	ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
		<p><b>Лекция 3.</b> Стратегия, тактика и основные аспекты маркетинговой деятельности фирмы</p> <p>Классификация стратегий, сущность, виды стратегий. Анализ текущего положения фирмы. SWOT – анализ. Определение целей. Разработка стратегии и планов. Тактика маркетинга. Комплекс маркетинга.</p>	ПК-1.3.8 ПК-2.3.8 ПК-3.3.1
		<p><b>Лекция 4.</b> Базовые маркетинговые стратегии</p> <p>Основные базовые маркетинговые стратегии и их характеристика.</p>	ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
		<p><b>Практическое занятие 1-2.</b> Цели и средства стратегического маркетинга. Управление маркетингом как управление спросом.</p> <p>Среда и условия эффективной маркетинговой деятельности.</p>	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
		<p><b>Практическое занятие 3-4.</b> Анализ текущего положения фирмы. SWOT – анализ. Определение целей. Разработка стратегии и планов. Тактика маркетинга. Комплекс маркетинга</p>	ПК-1.2.4 ПК-1.3.8 ПК-2.3.8 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
2	Разработка маркетинговой стратегии организации	<p><b>Самостоятельная работа.</b></p> <p>Доработка конспекта лекций</p> <p>Выполнение и оформление отчетов по практическим заданиям</p> <p>Подготовка к тестированию</p> <p>Ознакомиться с учебной литературой и нормативными документами, используемыми в образовательном процессе п. 8.5.</p>	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-4.2.2
		<p><b>Лекции 5-6.</b> Стратегии и политика ценообразования</p>	ПК-2.1.2
		<p>Стратегии и политика ценообразования в условиях рынка. Стратегии корректирования и изменения цен. Инициативное изменение цен и реакция на ценовые изменения конкурентов. Ценовая политика и этапы ее реализации. Рыночные методы ценообразования.</p>	ПК-3.1.2
		<p><b>Лекция 7-8.</b> Разработка маркетинговой стратегии компаний</p> <p>Цели и задачи стратегического маркетингового планирования. Алгоритм процесса стратегического планирования. Методические инструменты по стратегическому анализу и диагностике.</p>	ПК-2.2.3 ПК-2.2.4 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
		<p><b>Практические занятия 5-6.</b> Стратегии и политика ценообразования в условиях рынка. Стратегии корректирования и изменения цен. Инициативное изменение цен и реакция на ценовые изменения</p>	ПК-2.1.2 ПК-3.1.2 ПК-2.2.3 ПК-2.2.4

	конкурентов. Ценовая политика и этапы ее реализации.	
	<b>Практическое занятие 7-8.</b> Цели и задачи стратегического маркетингового планирования. Алгоритм процесса стратегического планирования Анализ конкуренции.	ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2
	<b>Самостоятельная работа.</b> Доработка конспекта лекций Выполнение и оформление отчетов по практическим заданиям Подготовка к тестированию Ознакомиться с учебной литературой и нормативными документами, используемыми в образовательном процессе п. 8.5.	ПК-1.1.2 ПК-3.3.1 ПК-4.3.1 ПК-4.3.2

## 5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

Для очной формы обучения:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	Стратегический и операционный маркетинг и виды стратегий	16	8	-	30	54
2	Разработка маркетинговой стратегии организации	16	8	-	30	54
	<b>Итого</b>	32	16	-	60	108
					<b>Контроль</b>	36
					<b>Всего</b> (общая трудоемкость, час.)	144

Для заочной формы обучения:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	Стратегический и операционный маркетинг и виды стратегий	6	4	-	55	65
2	Разработка маркетинговой стратегии организации	6	4	-	60	70
	<b>Итого</b>	12	8	-	115	135
					<b>Контроль</b>	9
					<b>Всего</b> (общая трудоемкость, час.)	144

## 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 и (или) опыта деятельности, 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:

- Операционная система Windows;
- MS Office;
- Антивирус Касперский.

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

- Электронно-библиотечная система издательства «Лань». [Электронный ресурс]. – URL: <https://e.lanbook.com/> – Режим доступа: для авториз. пользователей;
- 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;
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам - каталог образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования». – URL: <http://window.edu.ru/> – Режим доступа: свободный.

– Словари и энциклопедии. – URL: <http://academic.ru/> – Режим доступа: свободный.

– Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных

исследований, современного института научной рецензии и повышение цитируемости российской науки. – URL: <http://cyberleninka.ru/> – Режим доступа: свободный.

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

– Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ». Бесплатное образование. [Электронный ресурс]. – URL: <https://intuit.ru/> – Режим доступа: свободный.

8.5. Перечень печатных изданий, используемых в образовательном процессе:

– Экономика предприятия : учебник для вузов / С. П. Кирильчук [и др.]. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 417 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472958>;

– Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 343 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/470216>;

– Ценообразование : учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 437 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/468976>;

– Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 277 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/450528>;

– Кукота, А. В. Ценообразование в строительстве : учебное пособие для вузов / А. В. Кукота, Н. П. Одинцова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 201 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04708-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472549>. – Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Каракозова, И. В. Современные концепции ценообразования в строительстве : учебно-методическое пособие / И. В. Каракозова. – Москва : МИСИ – МГСУ, 2020. – 36 с. – ISBN 978-5-7264-2167-4. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/145079>. – Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Постановление Правительства РФ от 16.02.2008 N 87 «О составе разделов проектной документации и требованиях к их содержанию»;

– Методика определения сметной стоимости строительства, реконструкции, капитального ремонта, сноса объектов капитального строительства, работ по сохранению объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации на территории Российской Федерации. – Взамен МДС 81-35.2004. – М. : ГОССТРОЙ России, 2020. – 118 с.;

– Методика по разработке и применению нормативов накладных расходов, утвержденная Приказом Минстроя России № 812/пр;

– Методика по разработке и применению нормативов сметной прибыли, утвержденная Приказом Минстроя России № 774/пр;

– Государственные элементные сметные нормы на строительные работы (ГЭСН-2001). – М., 2001.

8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:

– Личный кабинет ЭИОС [Электронный ресурс]. – URL: <https://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 – URL: <http://docs.cntd.ru/> – Режим доступа: свободный;
- Нормативно-правовая база Консультант Плюс / Некоммерческая интернет-версия [Электронный ресурс]. – URL: <http://base.consultant.ru/> – Режим доступа: свободный;
- Профессиональный сайт для сметчиков. – МОО «Союз инженеров сметчиков» [Электронный ресурс]. – URL: <http://kccs.ru/> – Режим доступа: свободный.

Разработчик рабочей программы,  
доцент  
«28» января 2025 г.

Николихина С.А.