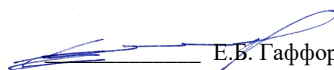




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП


Е.Б. Гаффорова

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента маркетинга и развития рынков


И.М. Романова

«17» марта 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Выведение товаров на азиатские рынки

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
(образовательная программа «Управление бизнесом»)
Форма подготовки очная

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. №952

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента маркетинга и развития рынков протокол от «17» марта 2022г. № 9

Директор Департамента: д-р экон. наук, профессор Романова И. М.

Составитель: канд. экон. наук, доцент Носкова Е. В.

Владивосток
2022

Оборотная сторона титульного листа РПД

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от « ____ » _____ 202__ г.
№ _____

2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от « ____ » _____ 202__ г.
№ _____

3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от « ____ » _____ 202__ г.
№ _____

4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от « ____ » _____ 202__ г.
№ _____

5. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от « ____ » _____ 202__ г.
№ _____

Аннотация дисциплины

Выведение товаров на азиатские рынки

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачётную единицу /36 академических часов. Является дисциплиной, включенной в часть, формируемую участниками образовательных отношений (факультативные дисциплины), изучается на 2 курсе и завершается зачётом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объёме 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 18 часов.

Язык реализации: русский.

Цель дисциплины состоит в том, чтобы подготовить студентов к выработке и внедрению результативных решений в области выведения и продвижения российских товаров на азиатские рынки на основе принципов кросс-культурного маркетинга.

Задачи дисциплины: а) сформировать навыки организации и проведения кросс-культурных исследований азиатских рынков / поведения азиатских потребителей; б) научить студентов адаптировать комплекс маркетинга под требования культурной среды потребителей азиатских стран (язык; ценности и установки; обычаи и нравы; привычки и традиции; и проч.).

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: способность выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности; способность разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации; способность к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией; способность создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.) полученные в

результате изучения дисциплин «Практический маркетинг», «Поведение потребителей и нейромаркетинг».

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Предпринимательский	ПК-4 Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий	– умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках; – умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования; – умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Выведение товаров на азиатские рынки» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: обратная связь онлайн посредством MS Teams, работа в малых группах, анализ конкретных ситуаций и проч.

I. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель: подготовить студентов к выработке и внедрению результативных решений в области выведения и продвижения российских товаров на азиатские рынки на основе принципов кросс-культурного маркетинга.

Задачи:

– сформировать навыки организации и проведения кросс-культурных исследований азиатских рынков / поведения азиатских потребителей;

– научить студентов адаптировать комплекс маркетинга под требования культурной среды потребителей азиатских стран (язык; ценности и установки; обычаи и нравы; привычки и традиции; и проч.).

Место дисциплины в структуре ОПОП: общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачётную единицу / 36 академических часов; является дисциплиной, включенной в часть, формируемую участниками образовательных отношений (факультативные дисциплины), изучается на 2 курсе и завершается зачётом.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Предпринимательский	ПК-4 Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий	– умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках; – умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования; – умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки

II. ТРУДОЁМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачётную единицу (36 академических часов).

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося		Формы промежуточной аттестации, текущего контроля успеваемости
			Пр	СР	
1	Влияние конъюнктуры товарного рынка на проектирование маркетинговой деятельности компании	3	6	6	собеседование / творческое задание
2	Анализ разнообразных культурных сред стран АТР	3	6	6	собеседование / творческое задание
3	Адаптация комплекса маркетинга российских компаний под требования культурной среды потребителей азиатских стран: лучшие российские и зарубежные практики	3	6	6	собеседование / творческое задание
Итого:			18	18	зачёт

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

– лекции учебным планом не предусмотрены

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Практическое занятие 1. Влияние конъюнктуры товарного рынка на проектирование маркетинговой деятельности компании

1. Анализ факторов, определяющих динамику конъюнктуры товарных рынков стран АТР.
2. Определение границ рынка и выявление конкурентов.
3. Выбор перспективных сегментов и ниш на рынках стран АТР.

Практическое занятие 2. Анализ разнообразных культурных сред стран АТР

1. Кросс-культурные различия в поведении потребителей азиатских стран через призму модели культуры.
2. Кросс-культурный код азиатского потребителя, вопросы его измерения. Кросс-культурные шоки и их последствия. Особенности установления контактов с азиатскими потребителями: возможности и ограничения.
3. Особенности потребления и восприятия товаров и услуг представителями азиатских стран.

Практическое занятие 3. Адаптация комплекса маркетинга российских компаний под требования культурной среды потребителей азиатских стран: лучшие российские и зарубежные практики

1. Адаптация комплекса маркетинга российских компаний под требования культурной среды потребителей азиатских стран (язык; ценности и установки; обычаи и нравы; привычки и традиции; и проч.).
2. Характеристика сбытовых каналов при выходе российских компаний на рынки стран АТР. Особенности поиска деловых партнеров/дистрибьютеров на рынках стран АТР. Характеристика Интернет-площадок по продаже товаров в странах АТР.
3. Правила выстраивания отношений в популярных сообществах Китая (на примере Weibo и WeChat), Кореи (на примере KakaoStory, Band, Facebook, Instagram, Vingle, Twitter, Cyworld, Between, Styleshare, Tumblr, Line, мессенджер KakaoTalk. Особенности продвижения российской товаров и услуг на рынках стран АТР.

V. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Влияние конъюнктуры товарного рынка на проектирование маркетинговой деятельности компании	ПК–3.6 Разрабатывает программы продвижения товаров на азиатские рынки на основе проведения кросс-культурных исследований	умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках	Дискуссия (УО-4) Проект (ПР-9)	-
2	Тема 2. Анализ разнообразных культурных сред стран АТР	ПК–3.6 Разрабатывает программы продвижения товаров на азиатские рынки на основе проведения кросс-культурных исследований	умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования	Дискуссия (УО-4) Проект (ПР-9)	-
3	Тема 3. Адаптация комплекса маркетинга российских компаний под требования культурной среды потребителей азиатских стран: лучшие российские и зарубежные практики	ПК–3.6 Разрабатывает программы продвижения товаров на азиатские рынки на основе проведения кросс-культурных исследований	умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки	Дискуссия (УО-4) Проект (ПР-9)	-
	Зачёт			-	УО-1

VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого

подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой, Интернет ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с лекционным материалом, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;
- подготовка реферативных обзоров источников периодической печати, опорных конспектов, заранее определенных преподавателем;
- поиск информации по теме, с последующим ее представлением в аудитории в форме доклада, презентаций;
- подготовка к выполнению аудиторных контрольных работ;
- выполнение домашних контрольных работ;
- выполнение тестовых заданий, решение задач;
- составление кроссвордов, схем;
- подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции;
- заполнение рабочей тетради;
- написание эссе, курсовой работы;
- подготовка к деловым и ролевым играм;
- составление резюме;
- подготовка к зачетам и экзаменам;
- другие виды деятельности, организуемые и осуществляемые образовательным учреждением и органами студенческого самоуправления.

VII. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Маслова Е.Л. Международный культурный обмен и деловые коммуникации: практикум / Маслова Е.Л., Коленова В.А.. — Москва: Дашков и К, 2018. — 128 с. — ISBN 978-5-394-03055-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85390.html>

2. Международный маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Менеджмент» / М.Э. Сейфуллаева [и др.].. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. — 260 с. — ISBN 978-9941-9553-9-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/101901>

3. Шив Ч.Д. Курс MBA по маркетингу / Шив Ч.Д., Хайэм А.У. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 720 с. — ISBN 978-5-9614-1603-9. — Текст электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86900.html>

Дополнительная литература

1. Конкуренция в языке и коммуникации: сборник статей / Н.Б. Мечковская [и др.].. — Москва: Российский государственный гуманитарный университет, 2019. — 243 с. — ISBN 978-5-7281-2219-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90027.html>

2. Майкл Портер Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / Майкл Портер. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 948 с. — ISBN 978-5-9614-4835-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93028.html>

3. Фокс Джеффри. Как стать сильным конкурентом: Тактики достижения рыночного преимущества / Фокс Джеффри. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 169 с. — ISBN 978-5-9614-1607-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82893.html>

4. Шкунов В.Н. Национальные системы образования стран Азии в середине XX — начале XXI вв.: монография / Шкунов В.Н. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 348 с. — ISBN 978-5-4486-0462-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/78636.html>

5. Элияху Голдратт Я так и знал! Розничная торговля и Теория ограничений / Элияху Голдратт, Айлан Эшколи, Джо Браун Лир. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 168 с. — ISBN 978-5-9614-6682-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86884.html>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Австралийско-новозеландское торговое соглашение об углублении экономических связей. Официальный сайт. - Режим доступа: URL: <http://www.cer.org>.
2. Администрация Приморского края. Официальный сайт. – Режим доступа: URL: <http://www.primorsky.ru>
3. Ассоциация производителей бытовой электроники (Consumer Electronics Association). - Режим доступа: URL: <http://www.CESweb.org>
4. Ассоциация стран Юго-Восточной Азии. Официальный сайт. - Режим доступа: URL: <http://www.asean.org>.
5. Библиотека «Либертариум» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.libertarium.ru

6. Библиотека по техническому и фундаментальному экономическому анализу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.forexpf.ru
7. Всемирная торговая организация (World Trade Organization). URL: <http://www.wto.org/>
8. Всемирная торговая организация (World Trade Organization). Официальный сайт. - Режим доступа: URL: <http://www.wto.org/>
9. Всемирная туристическая организация (World Tourism Organization). - Режим доступа: URL: <http://www.world-tourism.org>
10. Всемирный банк (World Bank). Официальный сайт. - Режим доступа: URL: <http://www.worldbank.org/>
11. ДЖЕТРО. - Режим доступа: URL: <http://www.jetro.go.jp>
12. Институт научной информации по общественным наукам РАН (ИНИОН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.inion.ru
13. Каталог книг «Библус» по всем отраслям науки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.biblus.ru
14. Китайская ассоциация маркетинговых исследований. - Режим доступа: URL: <http://www.cmra.org.cn>
15. Китайское бюро статистики (Национальное бюро статистики Китая, National Bureau of Statistics of China). - Режим доступа: URL: <http://www.stats.gov.cn>,
16. Классификация стран мира. Всемирный банк. The World Bank Country class. - Режим доступа: URL: <http://www.worldbank.org/data/countryclass/classgroups.htm>.
17. КОТРА (представительство во Владивостоке) www.kotra.vl.ru
18. Международная логистическая организация (International Exhibition Logistics Associates). – Режим доступа: URL: <http://www.iela.org>
19. Международная организация труда (International Labour Organization). - Режим доступа: URL: <http://www.ILO.org>
20. Международный валютный фонд (International Monetary Found). Официальный сайт). – Режим доступа: URL: <http://www.imf.org>

21. Министерство иностранных дел РФ. Официальный сайт. - Режим доступа:
URL: <http://www.mid.ru>
22. Министерство финансов Японии. Официальный сайт. - Режим доступа:
URL: <http://www.mof.go.jp> (платежные балансы Японии и др. стран).
23. Многостороннее агентство по инвестиционным гарантиям (МАИГ). -
Режим доступа: URL: <http://www.miga.org>
24. Образовательный портал «Социально-гуманитарное и политическое образование» www.auditorium.ru
25. Образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.economics.edu.ru
26. Образовательный портал НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ecsocman.edu.ru
27. Организация объединенных наций. Официальный сайт. - Режим доступа:
URL: <http://http://www.un.org/>
28. Платежные балансы Китая. - Режим доступа: URL:
<http://www.cfcc.com.cn/ENGLISH/statistics.htm>
29. Портал «Маркетинг» объединяет все полезные ресурсы, касающиеся маркетинга, которые пригодятся в работе не только начинающих маркетологов, но и будут интересны специалистам по маркетингу. URL:
<http://marketing.web-3.ru/research/>
30. Продовольственная сельскохозяйственная организация ООН (ФАО) (Food Agricultural Organization UNO). - Режим доступа: URL: <http://www.fao.org>
31. РБК. Исследования рынков – включает порядка 9 000 аналитических отчетов, среди которых: маркетинговые исследования, бизнес-планы, базы данных, периодические обзоры рынков, бесплатные шаблоны для маркетологов, аналитические статьи, анализ рынка и многое другое URL:
<http://marketing.rbc.ru>
32. Российская государственная библиотека (РГБ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rsl.ru

33. Российская национальная библиотека (РНБ) [Электронный ресурс]. –
Режим доступа: www.hbl-russia.ru
34. Российский деловой журнал о бизнесе с Китаем. - Режим доступа: URL:
<http://www.chinapro.ru>
35. Федеральная служба государственной статистики – содержит основные
социально-экономические показатели России. Российская
государственная статистика. URL: <http://www.gks.ru>
36. Форум АТЭС (Asian-Pacific Economic Cooperation). - Режим доступа: URL:
[http:// www.apecsec.org.sg](http://www.apecsec.org.sg)
37. ФТС РФ - Режим доступа: URL: <http://www.customs.ru>
38. Экономический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
www.economics.ru
39. ЮНКТАД. Официальный сайт. - Режим доступа: URL:
<http://www.unctad.org>

Сервисы мобильной аналитики:

App Annie,	MobileAction,
Appfollow,	PrioriData,
APPLYzer,	SensorTower

**Сервисы маркетинговой
аналитики:**

megaindex.ru; ru.megaindex.com
pr-cy.ru, cy-pr.com;
Alexa.com;
webomer.ru;
SimilarWeb.com;
seranking.ru;
SerpStat,
SemRush,
Advse.ru,
Popsters.ru

**Сервисы мониторинга социальных
сетей:**

Медialogия
Brand Analytics
Babkee
IQbuzz
YouScan

SpyWords,
Megaindex,
SimilarSites

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. Правовая информационная система «Консультант-плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Правовая информационная система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.garant.ru.](http://www.garant.ru)

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекциях и практиках, выполнении аттестационных мероприятий. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение контрольных и творческих работ.

Освоение дисциплины «Выведение товаров на азиатские рынки» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Выведение товаров на азиатские рынки» является зачёт.

Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Шкала оценивания сформированности образовательных результатов по

дисциплине представлена в фонде оценочных средств (ФОС).

IX. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус G, каб. G614; учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практических занятий); учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ); учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	36 посадочных мест, автоматизированное рабочее место преподавателя, переносная магнитно-маркерная доска, Wi-Fi Ноутбук Acer ExtensaE2511-30BO Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации; Подсистема аудиокмутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI ЗСТ LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron.	Microsoft Office 365 Microsoft Teams Mozilla Firefox Google Chrome

X. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств представлены в приложении.