

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.02.01 Взаимодействие с государственными органами и инвесторами

Учебный план: _____ ФГОС3++b440304-1_26-14.plx

Кафедра: Финансов и учета

Направление подготовки: _____
(специальность) 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль подготовки: _____
(специализация) Связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления

Уровень образования: _____ бакалавриат

Форма обучения: _____ очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
6	УП	34	34	40	36	4	Экзамен
	РПД	34	34	40	36	4	
Итого	УП	34	34	40	36	4	
	РПД	34	34	40	36	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), утвержденным приказом Минобрнауки России от 22.02.2018 г. № 124

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Морозов
Анатольевич

Олег

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой финансов и учета

Морозов О.А.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у студентов компетенций по стратегическому коммуникационному сопровождению взаимодействия компании с органами государственной власти, институтами развития и инвесторами, включая использование цифровых инструментов, механизмов госзакупок и технологий инвестиционного GR для повышения капитализации и устойчивости бизнеса.

1.2 Задачи дисциплины:

- разрабатывать GR-стратегию и коммуникационный план взаимодействия с госорганами и инвесторами;
- проводить анализ репутационных рисков при участии в госзакупках, торгах или инвестиционных сделках;
- создавать контент для госорганов и инвесторов;
- организовывать публичные мероприятия с участием чиновников и инвесторов;
- сопровождать сделки с государственным участием и инвестиционные раунды в информационном поле;
- использовать цифровые платформы для мониторинга регуляторной среды и обратной связи от инвесторов.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен администрировать корпоративную социальную политику, командообразование и развитие персонала
Знать: механизмы и этико-правовые рамки взаимодействия с госорганами и инвесторами, включая требования контрактной системы и цифровых платформ, для интеграции GR-задач в корпоративную социальную политику и развитие персонала.
Уметь: организовывать кросс-функциональную командную работу при участии в госзакупках, торгах и инвестиционных раундах, а также обучать сотрудников правилам взаимодействия с государством и инвесторами;
Владеть: навыками разработки корпоративных регламентов и антикоррупционных политик в сфере GR, технологиями командообразования для публичных процедур и методиками оценки компетенций персонала в области взаимодействия с госорганами и инвесторами.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретические основы и цифровая трансформация GR	6				Т
Тема 1. Эволюция роли государства и концепция «Государство как платформа». Трансформация моделей взаимодействия бизнеса и государства. Концепция «Государство как платформа»: новые возможности для PR и GR. Нормативно-правовая основа цифровизации.		2	2	2	
Тема 2. Цифровые сервисы для бизнеса как среда GR-коммуникации. Электронная подпись и цифровые сервисы регистрации бизнеса. Единая информационная система (ЕИС) в сфере закупок. Цифровая платформа «Мой бизнес»: инструмент поддержки и отчетности.		2	2	2	
Тема 3. Правовое регулирование ГИС и цифровая этика. Государственные информационные системы: классификация и репутационные риски. Цифровая прозрачность компании как фактор доверия. Этические риски при работе с государственными цифровыми платформами.		2	2	2	
Раздел 2. Контрактная система как объект PR и управления					
Тема 4. Контрактная система: цели, принципы и информационная открытость. Понятие, цели и принципы контрактной системы. Нормативно-правовое регулирование закупок. Информационное обеспечение ЕИС как источник для медиааналитики.		2	2	2	Т
Тема 5. Планирование закупок и общественное обсуждение. Планирование закупок. Обоснование НМЦК. Общественное обсуждение закупок как формат GR-коммуникации.		2	2	2	
Тема 6. Способы определения поставщика и электронные площадки. Регистрация участников закупок: репутационные требования. Конкурсы, аукционы, запросы котировок. Аккредитованные электронные площадки: сравнительная характеристика.		2	2	2	

Тема 7. Контрактные отношения и контроль: управление репутацией. Государственный контракт: публичные обязательства и репутационные риски. Мониторинг, аудит и общественный контроль в сфере закупок. Ответственность за нарушения: попадание в РНП как репутационная катастрофа.		2	2	2	
Раздел 3. Муниципальные торги: PR при работе с местной властью					
Тема 8. Правовые основы и виды муниципальных торгов. Понятие и цели муниципальных торгов. Виды торгов. Ключевые субъекты и роли: как выстраивать коммуникацию.		2	2	2	
Тема 9. Поиск, фильтрация и анализ лотов. Единый официальный сайт (torgi.gov.ru): навигация для PR-специалиста. Алгоритм поиска лотов для КСО-инициатив и социальных проектов. Типичные ошибки: как не потерять репутацию.		2	2	2	T
Тема 10. Алгоритм участия и стратегии работы на муниципальных торгах. Финансовые условия: задаток и обеспечение заявки. Пошаговая процедура участия в онлайн-торгах. Защита прав участников: ФАС, прокуратура и публичные каналы.		2	2	2	
Раздел 4. Электронные торги в процедурах банкротства					
Тема 11. Теоретические основы торгов при банкротстве. Торги как объект общественных отношений. Экономическая природа реализации имущества должников. Репутационные риски участия в банкротных торгах.		2	2	2	
Тема 12. Правовое регулирование и инфраструктура торгов по банкротству. Нормативно-правовые основы банкротства. Субъектный состав. Электронные площадки для банкротных торгов.		2	2	3	T
Тема 13. Инвестиционное мышление и психология участия. Целеполагание. Инвестиционный ресурс. Психологические аспекты.		2	2	3	
Тема 14. Практический алгоритм участия и аналитика. Информационные ресурсы и регистрация участников. Формирование лотов, подготовка заявок и процедура допуска. Проведение торговых процедур и оформление результатов.		2	2	3	

Раздел 5. Инвестиционные стратегии и интеграция знаний				
Тема 15. Капитализация активов и юридические риски. Способы капитализации и каналы реализации приобретенных активов. Юридические риски: оспаривание сделок и механизмы защиты. Налоговые последствия участия в торгах.		2	2	3
Тема 16. GR и PR-сопровождение инвестиционных проектов. Коммуникационная стратегия при привлечении инвестора в проект с госучастием. Подготовка инвестиционного меморандума и презентации. Медиация конфликта интересов: бизнес ↔ власть ↔ инвестор.		2	2	3
Тема 17. Системный синтез — от теории к практике. Интеграция знаний о цифровых сервисах, закупках, торгах и инвестициях. Разработка дорожной карты взаимодействия с госорганами и инвесторами. Сквозной кейс: «от лоббизма до инвестиционного раунда».		2	2	3
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		34	34	40
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		33,5
Всего контактная работа и СР по дисциплине		70,5		73,5

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-3	Имеет представление о механизмах и этико-правовых рамках взаимодействия с госорганами и инвесторами, включая требования контрактной системы и цифровых платформ, для интеграции GR-задач в корпоративную социальную политику и развитие персонала. Организовывает кросс-функциональную командную работу при участии в госзакупках, торгах и инвестиционных раундах, а также обучает сотрудников правилам взаимодействия с государством и инвесторами; Демонстрирует навыки разработки корпоративных регламентов и антикоррупционных политик в сфере GR, технологии командообразования для публичных процедур и методики оценки компетенций персонала в области взаимодействия с госорганами и инвесторами.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию.	

4 (хорошо)	Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях при ответах на вопросы.	
3 (удовлетворительно)	Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов аудита. Многочисленные грубые ошибки. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 6	
1	Разработка дорожной карты взаимодействия с государственными органами и инвесторами для PR-проекта.
2	Интеграция знаний о цифровых сервисах, контрактной системе, муниципальных и банкротных торгах, инвестиционных стратегиях.
3	Медиация конфликта интересов: бизнес, государство и инвестор.
4	Подготовка инвестиционного меморандума и презентации для разных типов инвесторов.
5	Коммуникационная стратегия при привлечении инвестора в проект с государственным участием.
6	Налоговые последствия участия в торгах: обзор для управленца и PR-специалиста.
7	Юридические риски участия в торгах: оспаривание сделок и механизмы защиты прав победителя.
8	Способы капитализации и каналы реализации активов, приобретенных на торгах.
9	Проведение торговых процедур и оформление результатов.
10	Формирование лотов, подготовка заявок и процедура допуска участников к торгам.
11	Информационные ресурсы и порядок регистрации участников на торгах по банкротству.
12	Психологические аспекты инвестиционной деятельности: управление рисками и преодоление стресса.
13	Инвестиционный ресурс: концепции актива и пассива в контексте торгов.
14	Обоснование участия бизнеса в банкротных торгах.
15	Электронные площадки для проведения торгов по банкротству: виды процедур и сравнительная характеристика.
16	Субъектный состав торгов по банкротству: конкурсный управляющий, должник, кредиторы, участники.
17	Нормативно-правовые основы процедуры банкротства: цели, этапы, ключевые положения.
18	Репутационные риски участия бизнеса в банкротных торгах.
19	Экономическая природа реализации имущества должников в процедурах банкротства.
20	Системный подход к исследованию торгов как объекта общественных отношений.
21	Защита прав участников торгов: обжалование в ФАС, прокуратуру и использование публичных каналов коммуникации.
22	Пошаговая процедура участия в онлайн-торгах на муниципальных площадках.
23	Финансовые условия участия в муниципальных торгах: задаток и обеспечение заявки.
24	Типичные ошибки при работе с порталом муниципальных торгов: как не потерять репутацию компании.
25	Алгоритм поиска лотов для КСО-инициатив и социально значимых проектов.
26	Единый официальный сайт (torgi.gov.ru): правовой статус и навигация для PR-специалиста.
27	Ключевые субъекты муниципальных торгов и их роли: как выстраивать эффективную коммуникацию.

28	Виды муниципальных торгов: аукцион, конкурс, публичное предложение.
29	Понятие и цели муниципальных торгов: аренда, приватизация, концессии.
30	Ответственность за нарушения законодательства о закупках: попадание в реестр недобросовестных поставщиков (РНП) как репутационная катастрофа.
31	Мониторинг, аудит и общественный контроль в сфере закупок: инструменты и процедуры.
32	Государственный (муниципальный) контракт: публичные обязательства сторон и репутационные риски неисполнения.
33	Аккредитованные электронные площадки для проведения закупок: сравнительная характеристика для PR-сопровождения.
34	Конкурсы, аукционы, запросы котировок и предложений: сравнительная PR-эффективность разных способов определения поставщика.
35	Регистрация участников закупок по 44-ФЗ: репутационные требования и антикоррупционные процедуры.
36	Общественное обсуждение закупок как формат GR-коммуникации и публичного диалога с заказчиком.
37	Обоснование начальной (максимальной) цены контракта (НМЦК): возможности для публичного обсуждения.
38	Планирование закупок: механизмы и инструменты для бизнеса по отслеживанию будущих торгов.
39	Информационное обеспечение Единой информационной системы (ЕИС) как источник для медиааналитики и репутационных расследований.
40	Нормативно-правовое регулирование закупок.
41	Понятие, цели и принципы контрактной системы в сфере закупок.
42	Этические риски при работе с государственными цифровыми платформами.
43	Цифровая прозрачность компании как фактор доверия со стороны государства и инвесторов.
44	Государственные информационные системы (ГИС): классификация и репутационные риски для бизнеса.
45	Цифровая платформа «Мой бизнес» как инструмент государственной поддержки предпринимательства и публичной отчетности.
46	Единая информационная система (ЕИС) в сфере закупок: функционал и значение для PR-специалиста.
47	Электронная подпись и цифровые сервисы регистрации бизнеса как каналы GR-коммуникации.
48	Нормативно-правовая основа цифровизации взаимодействия бизнеса и государства.
49	Концепция «Государство как платформа»: сущность и новые возможности для PR и GR-коммуникаций.
50	Трансформация моделей взаимодействия бизнеса и государства: от контроля к сервису.

6.3.2 Типовые тестовые задания

1. Что из перечисленного является легитимным инструментом GR-коммуникации?
 - А) Передача наличных денежных средств чиновнику за принятие нужного решения
 - Б) Участие в общественных советах при органах власти
 - В) Анонимное финансирование избирательной кампании депутата
 - Г) Предоставление заведомо ложной отчетности в контролирующие органы.
2. Какая концепция предполагает переход государства от оказания разрозненных услуг к предоставлению единой цифровой экосистемы для бизнеса и граждан?
 - А) «Государство как регулятор»
 - Б) «Государство как собственник»
 - В) «Государство как платформа»
 - Г) «Государство как арбитр»
3. Какие из перечисленных действий НЕ относятся к функциям PR-специалиста при участии компании в госзакупках?
 - А) Расчет начальной максимальной цены контракта
 - Б) Подготовка пресс-релиза о победе в крупном тендере
 - В) Мониторинг публичных обсуждений закупок
 - Г) Оценка репутационных рисков участия в торгах
4. Установите правильную последовательность этапов GR-кампании при лоббировании интересов бизнеса:
 - А) Анализ нормативно-правовой базы и выявление проблемы
 - Б) Коммуникация с профильными комитетами и депутатами
 - В) Подготовка аналитической записки и позиционного документа
 - Г) Мониторинг принятия решения и информационное сопровождение
 - Д) Формирование коалиции сторонников (отраслевые ассоциации)
5. Установите правильную последовательность шагов при участии в электронном аукционе по 44-ФЗ:
 - А) Подача заявки на участие
 - Б) Получение электронной подписи и аккредитация на площадке
 - В) Внесение обеспечения заявки
 - Г) Участие в процедуре торгов (шаги)
 - Д) Заключение контракта по итогам

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Кейс: GR-сопровождение выхода компании на государственный заказ

Ситуация:

Компания «ТехноСтрой» (региональный подрядчик по строительству социальных объектов) впервые планирует участвовать в электронном аукционе на строительство школы по 44-ФЗ. Начальная (максимальная) цена контракта — 450 млн рублей. Компания ранее работала только с частными заказчиками. У компании нет опыта участия в госзакупках, отсутствует аккредитация на электронных площадках, а PR-отдел не знает, как освещать эту деятельность. Задания: 1. Разработайте пошаговый алгоритм действий для PR-отдела компании по подготовке к участию в аукционе. 2. Составьте план-график коммуникационных мероприятий (пресс-релизы, посты в соцсетях, комментарии для СМИ) на этапах: подача заявки → победа/поражение → заключение контракта. 3. Подготовьте 3 ключевых репутационных сообщения (месседжа) для публичного позиционирования компании как добросовестного участника госзакупок. 4. Какие риски должны быть учтены в PR-стратегии? Предложите способы их минимизации.

2. Кейс: Общественное обсуждение закупки как GR-инструмент.

Ситуация:

Государственный заказчик (департамент образования региона) разместил на стадии планирования закупку на оказание услуг по организации питания в школах на 3 года с НМЦК 1,2 млрд рублей. В техническом задании содержатся требования, которые, по мнению местных производителей продуктов, необоснованно ограничивают конкуренцию (требование к поставщику — наличие опыта работы только на территории данного региона не менее 5 лет). Ваша компания «АгроСтандарт» является местным производителем, но имеет опыт только 3 года.

Задания: 1. Разработайте стратегию участия в общественном обсуждении данной закупки (форматы, аргументы, каналы коммуникации). 2. Составьте текст официального обращения (аналитической записки) в адрес заказчика с обоснованием необходимости изменения требований. 3. Какие медийные инструменты можно использовать для привлечения внимания к проблеме без конфликта с заказчиком? 4. Предложите компромиссное решение, которое позволит заказчику сохранить качество, а вашей компании — получить допуск к участию.

3. Кейс: Репутационная катастрофа: попадание в РНП.

Ситуация:

Компания «СтройИнвест» выиграла электронный аукцион на ремонт городской поликлиники (контракт на 95 млн рублей). В связи с форс-мажором (резкий рост цен на материалы на 40% из-за внешнеэкономических факторов) компания не смогла исполнить контракт в установленный срок. Заказчик в одностороннем порядке расторг контракт и направил сведения в ФАС для включения компании в реестр недобросовестных поставщиков (РНП). В СМИ уже появились заголовки: «Подрядчик бросил поликлинику без ремонта».

Задания: 1. Разработайте антикризисный PR-план для компании. 2. Составьте проект публичного заявления (официальная позиция) для СМИ и социальных сетей. 3. Какие аргументы можно представить в ФАС для защиты от включения в РНП? 4. Предложите стратегию восстановления репутации компании на рынке госзакупок после урегулирования ситуации.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД

«Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Время, отводимое на итоговое тестирование и подготовку ответа составляет 60 мин. Для расчетов студенту необходимо иметь калькулятор.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				

О. А. Морозов	Взаимодействие с органами государственной власти: практикум	М-во науки и высшего образования РФ, С.-Петерб. гос. ун-т пром. технологий и дизайна, Высш. шк. технологии и энергетики. – Санкт-Петербург: ВШТЭ СПбГУПТД	2022	http://nizrp.narod.ru/metod/kaffiniuch/1667344421.pdf
О.А.Морозов	Взаимодействие с органами государственной власти: учеб. пособие	М-во науки и высшего образования РФ, С.-Петерб. гос. ун-т пром. технологий и дизайна, Высш. шк. технологии и энергетики. – Санкт-Петербург: ВШТЭ СПбГУПТД	2021	http://nizrp.narod.ru/metod/kaffiniuch/1627980127.pdf
Кайль, Я. Я., Ламзин, Р. М., Епинина, В. С., Шохнех, А. В., Зудина, Е. В., Самсонова, М. В., Кайля, Я. Я.	Взаимодействие бизнеса и власти (GR-менеджмент): теория и практика	Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена»	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/88769.html
Кайль, Я. Я., Ламзин, Р. М., Епинина, В. С., Федотова, Г. В., Зудина, Е. В., Кайля, Я. Я.	GR-менеджмент: партнерское взаимодействие с органами государственной и муниципальной власти	Курск: Университетская книга	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/92821.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
О.А. Морозов	Продвижение интересов компании в органах государственной власти [Текст]: учебно-практическое пособие	М-во образования и науки РФ, ВШТЭ СПбГУПТД. – СПб.: ВШТЭ СПбГУПТД	2017	http://www.nizrp.narod.ru/metod/kaffiniuch/19.pdf
О.А. Морозов	Взаимодействие с органами государственной власти, или government relations [Текст]: учебное пособие	М-во образования и науки РФ, СПбГТУРП. – СПб.: СПбГТУРП	2015	http://www.nizrp.narod.ru/metod/kaffiniuch/11.pdf
Кузнецов П.А.	Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии	Москва: Дашков и К	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=359621
Меньшенина, Н. Н., Пантелеева, М. В.	Лоббизм. Курс лекций	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/69620.html
Головлева, Е. Л., Мухаев, Р. Т.	Government Relations. Модели коммуникации власти и групп интересов	Москва: Московский гуманитарный университет	2014	https://www.iprbooks.hop.ru/74688.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>
2. СПС «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru>
3. СПС «Гарант» <http://www.garant.ru>
4. Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов <https://docs.cntd.ru>
5. Единая информационная система в сфере закупок (ЕИС) <https://zakupki.gov.ru>
6. Официальный сайт для опубликования информации о торгах <https://torgi.gov.ru>
7. Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) – реестр недобросовестных поставщиков <https://rnp.fas.gov.ru>
8. Федеральное казначейство – портал исполнения бюджетов <http://roskazna.gov.ru>
9. Единый федеральный реестр сведений о банкротстве (ЕФРСБ) <https://fedresurs.ru>
10. Картотека арбитражных дел (КАД) <https://kad.arbitr.ru>
11. Единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ) <https://egrul.nalog.ru>
12. Федеральная налоговая служба – прозрачный бизнес <https://pb.nalog.ru>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Б-128а	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска