

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Учетно-финансовый факультет
Кафедра коммерции и таможенного дела

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П. А. Машаров
«17» апреля 2025 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КОНЬЮНКТУРА РЫНКОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.06 Торговое дело
Направленность (профиль) образовательной программы	Управление коммерческой деятельностью
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2025

Рабочая программа дисциплины **«Конъюнктура рынков товаров и услуг»** для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (Профиль: Управление коммерческой деятельностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 982 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2025 года.

Разработчик:

доцент кафедры коммерции и таможенного
дела, канд. экон. наук, доцент

О. И. Попадюк

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры коммерции и таможенного дела.
Протокол от 11.04.2025 г. № 8а.

Заведующий кафедрой

О. Н. Головинов

СОГЛАСОВАНО:

Декан учетно-финансового факультета
16.04.2025 г.

Н. В. Алексеенко

Учебно-методическая комиссия учетно-финансового факультета.
Протокол от 15.04.2025 г. № 6
Председатель

А. А. Блажевич

Руководитель основной образовательной
программы, д-р экон. наук, проф.
11.04.2025 г.

О. Н. Головинов

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы магистратуры:

Организация услуг на потребительском рынке, Управление конкурентоспособностью, Психотехнологии продажи в коммерции.

Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Производственная практика: преддипломная, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы (далее – ОП)	38.04.06 Торговое дело (Профиль: Управление коммерческой деятельностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД.2 Конъюнктура рынков товаров и услуг
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор вуза
Количество зачетных единиц / всего часов	3 / 108

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	3	34	–	17	57	108	экзамен
Заочная	2	3	8	–	4	96	108	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение подходов к анализу факторов и показателей, определяющих и характеризующих состояние текущей и прогнозируемой конъюнктуры конкретных товарных рынков.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-2 Способен осуществлять экспертизу результатов закупок и приемку контрактов	ПК-2.2. Находит и оценивает рыночные возможности сфере закупок товаров, работ, услуг	ПК-2.2.1. Знает источники данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях на рынке товаров и услуг ПК-2.2.2. Умеет собирать и обработать исходные данные для проведения анализа рынка товаров и услуг. ПК-2.2.3. Определяет ключевые направления анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1 Теоретические основы рыночной конъюнктуры	
Тема 1. Конъюнктура: понятие, сущность, содержание.	Сущность понятия «конъюнктура». Виды конъюнктуры: политическая, социальная, психологическая, экономическая и рыночная конъюнктуры.
Тема 2. Экономическая конъюнктура и рыночная конъюнктура	Понятие и сущность экономической конъюнктуры. Понятие и сущность рыночной конъюнктуры. Отличие рыночной конъюнктуры от экономической конъюнктуры.
Тема 3. Конъюнктура финансового рынка и конъюнктура товарного рынка.	Понятие и сущность конъюнктуры финансового рынка. Понятие и сущность конъюнктуры товарного рынка. Отличие конъюнктуры финансового рынка от конъюнктуры товарного рынка.
Тема 4. Показатели и факторы рыночной конъюнктуры	Показатели рыночной конъюнктуры Конъюнктурообразующие факторы Стадии конъюнктурного цикла. Индикаторы рыночной конъюнктуры
Раздел 2 Особенности прогнозирования рыночной конъюнктуры	
Тема 5. Конъюнктура ёмкости рынка	Ёмкость рынка. Потенциальный и реальный уровни ёмкости рынка. Методы разработки прогноза ёмкости рынка.
Тема 6. Объекты конъюнктурных исследований	Методология исследования. Уровни исследования рыночной конъюнктуры. Показатели, оценивающие количественное состояние рыночной конъюнктуры.
Тема 7. Изучение состояния и прогнозирования рыночной конъюнктуры	Изучение состояния рыночной конъюнктуры Подходы к исследованию и прогнозированию рыночной конъюнктуры.

	Методы прогнозирования рыночной конъюнктуры и факторы, определяющие их выбор.
Тема 8. Мониторинг или текущее наблюдение за состоянием рынка	Понятие, сущность, цели и задачи мониторинга рынка. Компоненты мониторинга рынка.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС	Всего
Раздел 1 Теоретические основы рыночной конъюнктуры	16		8	28	52
Тема 1. Конъюнктура: понятие, сущность, содержание.	4		2	7	13
Тема 2. Экономическая конъюнктура и рыночная конъюнктура	4		2	7	13
Тема 3. Конъюнктура финансового рынка и конъюнктура товарного рынка.	4		2	7	13
Тема 4. Показатели и факторы рыночной конъюнктуры	4		2	7	13
Раздел 2 Особенности прогнозирования рыночной конъюнктуры	18		9	29	56
Тема 5. Конъюнктура ёмкости рынка	2		3	7	12
Тема 6. Объекты конъюнктурных исследований	4		2	7	13
Тема 7. Изучение состояния и прогнозирования рыночной конъюнктуры	4		2	7	13
Тема 8. Мониторинг или текущее наблюдение за состоянием рынка	4		2	8	14
ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	34		17	57	108

6.3 Форма обучения – заочная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС	Всего
Раздел 1 Теоретические основы рыночной конъюнктуры	4		2	46	52
Тема 1. Конъюнктура: понятие, сущность, содержание.	1		0,5	11,5	13
Тема 2. Экономическая конъюнктура и рыночная конъюнктура	1		0,5	11,5	13
Тема 3. Конъюнктура финансового рынка и конъюнктура товарного рынка.	1		0,5	11,5	13
Тема 4. Показатели и факторы рыночной конъюнктуры	1		0,5	11,5	13
Раздел 2 Особенности прогнозирования рыночной конъюнктуры	4		2	50	56
Тема 5. Конъюнктура ёмкости рынка	1		0,5	10,5	12

Тема 6. Объекты конъюнктурных исследований	1		0,5	11,5	13
Тема 7. Изучение состояния и прогнозирования рыночной конъюнктуры	1		0,5	11,5	13
Тема 8. Мониторинг или текущее наблюдение за состоянием рынка	1		0,5	12,5	14
ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	8		4	96	108

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1

1. Что такое конъюнктура?
2. Какие области, обладающие количественными и качественными характеристиками, включает хозяйственная конъюнктура?
3. Что составило основу конъюнктурных исследований У. Митчелла?
4. Виды конъюнктуры.
5. Особенности видов конъюнктуры.
6. Что такое экономическая конъюнктура?
7. Характерные черты экономической конъюнктуры.
8. Что такое рыночная конъюнктура?
9. Характерные черты рыночной конъюнктуры.
10. Отличие рыночной конъюнктуры от экономической конъюнктуры.
11. Что такое конъюнктура финансового рынка?
12. Характерные черты конъюнктуры финансового рынка.
13. Что такое конъюнктура товарного рынка?
14. Характерные черты конъюнктуры товарного рынка.
15. Отличия конъюнктуры финансового рынка от конъюнктуры товарного рынка.
16. На какие основные группы можно разделить все показатели, используемые для изучения конъюнктуры?
17. Назовите показатели промышленного производства.
18. Назовите показатели, характеризующие ВВП.
19. Назовите показатели внутреннего товарооборота.
20. Назовите показатели внешней торговли.
21. Назовите показатели, характеризующие положение в кредитно-денежной сфере.
22. Что такое конъюнктурообразующие факторы?
23. Что относится к конъюнктурообразующим факторам?
24. Классификация конъюнктурообразующих факторов.
25. Отраслевые конъюнктурообразующие факторы
26. Конъюнктурообразующие факторы на мировых товарных рынках.
27. Страновые конъюнктурообразующие факторы.
28. Что такое конъюнктурный цикл?
29. Назовите стадии конъюнктурного цикла.
30. Охарактеризуйте стадию подъёма конъюнктурного цикла.
31. Охарактеризуйте стадию бума конъюнктурного цикла.
32. Охарактеризуйте стадию ослабления конъюнктурного цикла.
33. Охарактеризуйте стадию спада конъюнктурного цикла.
34. Изменение значения конъюнктурных показателей в ходе конъюнктурного цикла.

35. Что такое индикаторы рыночной конъюнктуры?
36. Классификация индексов по признакам.
37. Сущность индекса Доу-Джонса.
38. Сущность индекса S&P-500.
39. Сущность индекса АК&М.
40. Сущность индекса РТС.

Раздел 2

41. Что такое конъюнктура ёмкости рынка?
42. Потенциальный и реальный уровни ёмкости рынка.
43. Общие и специфические факторы формирования ёмкости рынка.
44. Модель развития рынка.
45. Способы разработки прогноза.
46. В чём сущность и цель методологии исследования?
47. Уровни исследования конъюнктуры.
48. Показатели, оценивающие количественное состояние рыночной конъюнктуры.
49. Из каких этапов состоит исследование?
50. Назовите виды прогнозирования конъюнктуры рынка.
51. Охарактеризуйте экономико-аналитический подход к исследованию и прогнозированию конъюнктуры.
52. Охарактеризуйте математический подход к исследованию и прогнозированию конъюнктуры.
53. Факторы, которые необходимо учитывать при выборе метода прогнозирования.
54. Категории методов прогнозирования конъюнктуры рынка.
55. Основные методы изучения конъюнктуры рынка.
56. Назовите этапы изучения состояния рыночной конъюнктуры.
57. Охарактеризуйте первый этап изучения рыночной конъюнктуры.
58. Охарактеризуйте второй этап изучения рыночной конъюнктуры.
59. Охарактеризуйте третий этап изучения рыночной конъюнктуры.
60. Что такое мониторинг или текущее наблюдение за состоянием рынка?
61. Цели мониторинга.
62. Задачи мониторинга.
63. Объекты мониторинга.
64. Компоненты мониторинга рынка.

7.2. Темы докладов (рефератов)

1. Система показателей конъюнктуры рынка.
2. Конъюнктура мирового рынка и ее показатели.
3. Направления исследования рынка.
4. Маркетинговый анализ предприятия: сущность и методы.
5. Сущность и методы конкурентного анализа.
6. Оценка конкурентной среды.
7. Оценка конкурентоспособности предприятия.
8. Определение емкости рынка.
9. Планирование внешнеэкономической деятельности в рамках различных форм межгосударственных объединений (таможенный союз, общий рынок, экономический союз, зоны свободной торговли, оффшорные зоны внутри отдельных государств и др.).
10. Показатели "открытости" национальной экономики.
11. Сущность и особенности микроэкономического планирования.
12. Понятие горизонта планирования и его типы: стратегическое, оперативное (тактическое), долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное.

13. Система предплановых прогнозов, система планов, программ и проектов.
14. Оценка результатов планирования и корректировка планов на микроуровне.
15. Анализ тенденций развития факторов макро внешней среды предприятия.
16. Анализ тенденций развития рынка и его сегментов.
17. Анализ потребителей и потребительских предпочтений.
18. Анализ состояния и динамики конкурентной среды
19. Проблемы оценки конкурентоспособности предприятия.
20. Анализ комплекса маркетинга
21. Анализ оценка стратегического потенциала предприятия
22. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка.
23. Процедура исследования конъюнктуры рынка.

7.3. Образец содержания экзаменационного билета

Экзаменационный билет по дисциплине включает в себя 2 теоретических вопроса и 4 тестовых задания.

1. Дайте развернутый ответ на следующие вопросы:

1. Что такое конъюнктура?
2. Охарактеризуйте стадию ослабления конъюнктурного цикла.
2. Дайте ответы на тестовые вопросы:

1. Конъюнктуру рынка нельзя определить как:

а) определенное соотношение между спросом и предложением как по отдельным товарам и их группам, так и по товарной и денежной массе в целом на рынке или в его сегменте;

б) складывающиеся в определенный период времени и в конкретном месте социально-экономические, торгово-организационные и другие условия реализации товаров;

в) наиболее выгодные для производителя условия продажи товаров определенной группы в конкретном месте и в данный период времени;

г) результат взаимодействия факторов и условий, определяющих структуру, динамику и соотношение спроса, предложения и цен на товары и услуги;

2. Благоприятная конъюнктура товарного рынка – это:

а) высокая рентабельность продукции;

б) высокое качество продукции;

в) превышение спроса над предложением при высоком уровне загрузки производственной мощности;

г) превышение предложения над спросом при низком уровне загрузки производственной мощности;

3. Конъюнктура товарного рынка представляет собой

а) состояние экономики страны или ее отдельных регионов;

б) текущее состояние международной торговли;

в) ситуация, когда спрос равен предложению при стабильном уровне цен;

г) текущая ситуация, складывающаяся на рынке определенного вида товаров;

4. К характеристикам рыночной конъюнктуры не относится:

а) предметом изучения является рынок;

б) конъюнктура является величиной постоянной;

в) элементами рыночной конъюнктуры являются спрос, предложение и цены;

г) конъюнктура рынка охватывает весь процесс воспроизводства;

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже.

Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Самостоятельная работа оценивается на основе предоставленных на проверку выполненных домашних, индивидуальных заданий с учетом своевременности их предоставления и соответствия требованиям к их выполнению.

Количество баллов за контрольную работу вычисляется как сумма баллов за все входящие в её состав задания. Каждое задание оценивается исходя из максимально возможного количества баллов с учетом правильности выполнения задания, полноты приводимых обоснований.

По результатам работы в семестре обучающийся, набравший не менее 60 баллов, имеет право получить оценку. Те, кто претендует на более высокий балл, проходят промежуточную аттестацию. Максимальное количество баллов на промежуточной аттестации – 100. Общее количество баллов за семестр вычисляется как максимальная из полученных за семестр и на промежуточной аттестации и выставляется согласно принятому порядку.

8.1. Семестр 1

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	25
	Самостоятельная работа	25
	Контрольные работы по практике	30
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		100
Общий итог за семестр		100

8.1.Семестр 1 заочная форма обучения

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	25
	Самостоятельная работа	25
	Подготовка реферата (доклада)	10
ИТОГО		60
Экзамен		40
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено

60-69	E	неудовлетворительно	зачтено
35-59	FX		не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 8-м учебном корпусе (г. Донецк, ул. Челюскинцев, д. 198а). Для проведения занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методическом кабинете 8-го учебного корпуса (ауд. 105), материально-техническую базу учебной лаборатории кафедры «Коммерция и таможенное дело».

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

10.1. Основная литература

1. Бабич, Т.Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Э.Н. Кузьбожев. - М.: Инфра-М, 2018. - 336 с. – Текст: непосредственный.
2. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2019. - 152 с. – Текст: непосредственный.
3. Кузык, Б.Н. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование / Б.Н. Кузык, В.И. Кушлин, Ю.В. Яковец. -М.: Экономика, 2017. - 606 с. – Текст: непосредственный.
4. Акулич И.Л. Маркетинг/ И.Л. Акулич. 6-е изд., испр. - Мн.: 2019. — 511 с – Текст: непосредственный.

10.2. Дополнительная литература

5. Левшин, М.Ф. Конъюнктура мировых товарных рынков / Левшин М.Ф., Пономарёв В.В. - М.: Инфра-М, 2019. - 134 с. – Текст: непосредственный.
6. Синяева, И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности: учебник для студ. эконом. вузов по напр. "Экономика"; рек. МОН РФ / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - М.: Дашков и К, 2016. - 268 с. - – Текст: непосредственный.

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: издания Сетевой электронной библиотеки, для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт**: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://urait.ru/library/svobodnyy-dostup/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: издания свободного доступа, для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ**: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. **Электронный архив ДонГУ**: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный.

12. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).