

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Министерство образования Свердловской области

Департамент образования Администрации города Екатеринбурга

МАОУ СОШ № 16

РАССМОТРЕНО

Руководитель ШМО  
учителей истории и  
обществознания

 Серова О.А.  
Протокол № 1  
от «27» августа 2025 г.

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора  
 Лобастова Н.А.

УТВЕРЖДЕНО

Директор МАОУ СОШ № 16  
 Тимошкина А.С.



Приказ № 511-д  
от «27» августа 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**элективного курса «Основы маркетинга»**

10 класс

**Екатеринбург 2025**

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Элективный курс «Основы маркетинга» выполняет функцию углубления раздела «Экономика» общеобразовательного предмета «Обществознание» в 10 классе социально-экономического профиля.

Содержание курса «Основы маркетинга» представляет собой комплекс знаний, отражающих основные объекты изучения: роль маркетинга в системе управления, маркетинговая среда, поведение потребителей на рынке, позиционирование предложения товара, сегментирование рынка, маркетинговая информация и маркетинговые исследования, товарная политика и политика ценообразования, распространение и продвижение товаров. Все обозначенные компоненты содержания взаимосвязаны. Как связаны и взаимодействуют друг с другом изучаемые объекты. Помимо знаний, в содержание курса входят навыки. Умения и ключевые компетентности, необходимые в маркетинговой сфере.

Курс «Основы маркетинга» формирует у школьников общие и в то же время достаточно цельные представления о процессах, связанных с маркетингом, бизнесом и управленческой деятельностью.. Логика и структура изложения курса позволяет формировать у обучаемых научный подход к расширенным экономическим проблемам. В то же время при преподавании курса большое внимание акцентируется внимание на практическое значение изучаемых научных понятий, избегается перегрузка материала отвлеченными понятиями, не подкрепленными примерами из реальной жизни. Основное содержание курса осуществляется с опорой на межпредметные связи с курсами обществознание (включая экономику, право).

Элективный курс «Основы маркетинга» призван дать начальные понятия о маркетинге. Программа содержит все сведения, необходимые для достижения запланированных целей обучения.

**Цель** данного курса – создание предпосылок для последующего профессионального обучения.

**Задачи** данного курса:

- погружение в атмосферу маркетинговой деятельности;
- ознакомление с целями и задачами маркетинга и особенностями его применения для производственных предприятий, организаций торговли, государственных учреждений, общественных организаций и отдельных людей;
- изучение основ бизнес-терминологии;
- формирование навыков рационального экономического поведения.

Данный курс должен помочь школьникам овладеть способами коллективной и индивидуальной деятельности, стать фактором формирования творческого мышления.

Методы преподавания определяются целями и задачами данного курса.

### МЕСТО УЧЕБНОГО КУРСА В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

В учебном плане на изучение отводится 1 час в неделю, 34 часа в год.

## **Содержание элективного курса «Основы маркетинга»**

### **Тема 1. Введение в маркетинг. Роль маркетинга в системе управления.**

Возникновение и эволюция теории и практики маркетинга. Развитие отечественного маркетинга. Основные понятия маркетинга. Концепция маркетингового управления. Маркетинг в XXI веке.

### **Тема 2. Анализ маркетинговой среды.**

Введение в анализ маркетинговой среды. Маркетинговая микросреда предприятия. Маркетинговая макросреда предприятия. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой.

### **Тема 3. Поведение потребителей на рынке.**

Введение в анализ поведения потребителей. Поведение покупателей на потребительском рынке. Факторы, влияющие на поведение покупателей на потребительском рынке. Процесс принятия решения о покупке на потребительском рынке. Рынок предприятий и организаций и поведение на нем потребителей.

### **Тема 4. Сегментирование рынка.**

Основные понятия сегментирования рынка. Критерии сегментирования потребительского рынка. Требования, предъявляемые к сегментам рынка. Выбор целевых сегментов рынка.

### **Тема 5. Позиционирование рыночного предложения товара.**

Введение в позиционирование предложения товара. Дифференцирование предложения товара. Стратегии позиционирования предложения товара. Этапы позиционирования предложения товара.

### **Тема 6. Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования.**

Система маркетинговой информации. Процесс маркетингового исследования.

### **Тема 7. Товарная политика.**

Концепция товара. Классификация товаров. Товарный ассортимент. Создание новых товаров. Жизненный цикл товара. Использование товарных марок. Упаковка и маркировка товаров.

### **Тема 8. Политика ценообразования.**

Введение в ценообразование. Факторы ценообразования. Определение исходной цены. Методы ценообразования. Скидки. Установление дискриминационных цен.

### **Тема 9. Распространение товаров.**

Каналы распространения товаров. Товародвижение. Оптовая и розничная торговля.

### **Тема 10. Продвижение товаров.**

Маркетинговые коммуникации. Реклама. Стимулирование сбыта. Личная продажа. Формирование общественного мнения.

### **Требования к уровню освоения содержания курса**

- учащиеся овладевают научными понятиями, объясняя изученные положения на предлагаемых конкретных примерах; способами социального и экономического действия;
- учащиеся решают познавательные и практические задачи, отражающие типичные экономические ситуации; применяют математические знания в экономической сфере;
- учащиеся овладевают умениями работы с разнообразными источниками информации; осуществляют поиск нужной информации по заданной теме в источниках различного типа

и извлечение необходимой информации из источников, созданных в различных знаковых системах (текст, таблица, график, диаграмма, аудиовизуальный ряд и др.);

- учащиеся самостоятельно создают алгоритмы познавательной деятельности для решения задач творческого и поискового характера;

- учащиеся участвуют в проектной деятельности, овладевают приемами исследовательской деятельности, элементарными умениями прогноза;

- учащиеся пользуются мультимедийными ресурсами, компьютерными технологиями для обработки, передачи, систематизации информации, презентации результатов познавательной и практической деятельности;

- в области коммуникативной компетенции учащиеся овладевают формами коллективной коммуникации и умениями управлять коллективом;

- в области социальной компетенции учащиеся овладевают основными типами социальных взаимодействий, учатся действовать в обществе с учетом интересов других людей, соотнося свои цели и задачи с интересами коллектива.

Этому способствуют занятия, которые планируется проводить в форме эвристических бесед, дискуссий, деловых игр, практикумов. Итогом работы будет являться презентация собственного проекта.

## **Планируемые результаты**

### **Личностные результаты**

Личностные результаты освоения обучающимися программы среднего общего образования по предмету «Обществознание» (базовый уровень) должны отражать готовность и способность обучающихся руководствоваться сформированной внутренней позицией личности, системой ценностных ориентаций, позитивных внутренних убеждений, соответствующих традиционным ценностям российского общества, расширение жизненного опыта и опыта деятельности в процессе реализации основных направлений воспитательной деятельности, в том числе в части:

#### ***Гражданского воспитания:***

- сформированность гражданской позиции обучающегося как активного и ответственного члена российского общества;
- осознание своих конституционных прав и обязанностей, уважение закона и правопорядка;
- принятие традиционных национальных, общечеловеческих гуманистических и демократических ценностей; уважение ценностей иных культур, конфессий;
- готовность противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам;
- готовность вести совместную деятельность в интересах гражданского общества, участвовать в самоуправлении школы и детско-юношеских организаций;
- умение взаимодействовать с социальными институтами в соответствии с их функциями и назначением;

- готовность к гуманитарной и волонтерской деятельности.

***Патриотического воспитания:***

- сформированность российской гражданской идентичности, патриотизма, уважения к своему народу, чувства ответственности перед Родиной, гордости за свой край, свою Родину, свой язык и культуру, прошлое и настоящее многонационального народа России;
- ценностное отношение к государственным символам, историческому и природному наследию, памятникам, традициям народов России; достижениям России в науке, искусстве, спорте, технологиях, труде;
- идейная убежденность, готовность к служению Отечеству и его защите, ответственность за его судьбу.

***Духовно-нравственного воспитания:***

- осознание духовных ценностей российского народа;
- сформированность нравственного сознания, этического поведения;
- способность оценивать ситуацию и принимать осознанные решения, ориентируясь на морально-нравственные нормы и ценности;
- осознание личного вклада в построение устойчивого будущего;
- ответственное отношение к своим родителям, созданию семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни в соответствии с традициями народов России.

***Эстетического воспитания:***

- эстетическое отношение к миру, включая эстетику быта, научного и технического творчества, спорта, труда, общественных отношений;
- способность воспринимать различные виды искусства, традиции и творчество своего и других народов, ощущать эмоциональное воздействие искусства;
- убежденность в значимости для личности и общества отечественного и мирового искусства, этнических культурных традиций и народного творчества;
- стремление проявлять качества творческой личности.

***Физического воспитания:***

- сформированность здорового и безопасного образа жизни, ответственного отношения к своему здоровью, потребность в физическом совершенствовании;
- активное неприятие вредных привычек и иных форм причинения вреда физическому и психическому здоровью.

***Трудового воспитания:***

- готовность к труду, осознание ценности мастерства, трудолюбие;
- готовность к активной социально направленной деятельности, способность инициировать, планировать и самостоятельно выполнять такую деятельность;
- интерес к различным сферам профессиональной деятельности, умение совершать осознанный выбор будущей профессии и реализовывать собственные жизненные

планы; мотивация к эффективному труду и постоянному профессиональному росту, к учету общественных потребностей при предстоящем выборе сферы деятельности;

- готовность и способность к образованию и самообразованию на протяжении жизни.

***Экологического воспитания:***

- сформированность экологической культуры, понимание влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды, осознание глобального характера экологических проблем;
- планирование и осуществление действий в окружающей среде на основе знания целей устойчивого развития человечества;
- активное неприятие действий, приносящих вред окружающей среде;
- умение прогнозировать неблагоприятные экологические последствия предпринимаемых действий, предотвращать их;
- расширение опыта деятельности экологической направленности.

***Ценности научного познания:***

- сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки, включая социальные науки, и общественной практики, основанного на диалоге культур, способствующего осознанию своего места в поликультурном мире;
- совершенствование языковой и читательской культуры как средства взаимодействия между людьми и познаниями мира; языковое и речевое развитие человека, включая понимание языка социально-экономической и политической коммуникации;
- осознание ценности научной деятельности, готовность осуществлять проектную и исследовательскую деятельность индивидуально и в группе;
- мотивация к познанию и творчеству, обучению и самообучению на протяжении всей жизни, интерес к изучению социальных и гуманитарных дисциплин.

В процессе достижения личностных результатов освоения обучающимися программы среднего общего образования (на базовом уровне) у них совершенствуется эмоциональный интеллект, предполагающий сформированность:

- самосознания, включающего способность понимать свое эмоциональное состояние, видеть направления развития собственной эмоциональной сферы, быть уверенным в себе в межличностном взаимодействии и при принятии решений;
- саморегулирования, включающего самоконтроль, умение принимать ответственность за свое поведение, способность адаптироваться к эмоциональным изменениям и проявлять гибкость, быть открытым новому;
- внутренней мотивации, включающей стремление к достижению цели и успеху, оптимизм, инициативность, умение действовать, исходя из своих возможностей;
- готовность и способность овладевать новыми социальными практиками, осваивать типичные социальные роли;

- эмпатии, включающей способность понимать эмоциональное состояние других, учитывать его при осуществлении коммуникации, способность к сочувствию и сопереживанию;
- социальных навыков, включающих способность выстраивать отношения с другими людьми, заботиться, проявлять интерес и разрешать конфликты.

## Метапредметные результаты

Метапредметные результаты освоения программы среднего общего образования по предмету «Обществознание» (базовый уровень) должны отражать:

### 1. **Овладение универсальными учебными познавательными действиями**

*Базовые логические действия:*

- самостоятельно формулировать и актуализировать социальную проблему, рассматривать ее всесторонне;
- устанавливать существенный признак или основания для сравнения, классификации и обобщения социальных объектов, явлений и процессов;
- определять цели познавательной деятельности, задавать параметры и критерии их достижения;
- выявлять закономерности и противоречия в рассматриваемых социальных явлениях и процессах;
- вносить корректизы в деятельность (с учетом разных видов деятельности), оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности;
- координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и комбинированного взаимодействия;
- развивать креативное мышление при решении жизненных проблем, в том числе учебно-познавательных.

*Базовые исследовательские действия:*

- развивать навыки учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыки разрешения проблем;
- проявлять способность и готовность к самостояльному поиску методов решения практических задач, применению различных методов социального познания;
- осуществлять деятельность по получению нового знания, его интерпретации, преобразованию и применению в различных учебных ситуациях, в том числе при создании учебных и социальных проектов;
- формировать научный тип мышления, применять научную терминологию, ключевые понятия и методы социальных наук;
- ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях;
- выявлять причинно-следственные связи социальных явлений и процессов и актуализировать познавательную задачу, выдвигать гипотезу ее решения, находить аргументы для доказательства своих утверждений, задавать параметры и критерии решения;

- анализировать результаты, полученные в ходе решения задачи, критически оценивать их достоверность, прогнозировать изменение в новых условиях;
- давать оценку новым ситуациям, возникающим в процессе познания социальных объектов, в социальных отношениях; оценивать приобретенный опыт;
- уметь переносить знания об общественных объектах, явлениях и процессах в познавательную и практическую области жизнедеятельности;
- уметь интегрировать знания из разных предметных областей;
- выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения;
- ставить проблемы и задачи, допускающие альтернативные решения.

*Работа с информацией:*

- владеть навыками получения социальной информации из источников разных типов, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления;
- создавать тексты в различных форматах с учетом назначения информации и целевой аудитории, выбирая оптимальную форму представления и визуализации;
- оценивать достоверность, легитимность информации различных видов и форм представления (в том числе полученной из интернет-источников), ее соответствие правовым и морально-этическим нормам;
- использовать средства информационных и коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности;
- владеть навыками распознавания и защиты информации, информационной безопасности личности.

## 2. Овладение универсальными коммуникативными действиями

*Общение:*

- осуществлять коммуникации во всех сферах жизни;
- распознавать невербальные средства общения, понимать значение социальных знаков, распознавать предпосылки конфликтных ситуаций и смягчать конфликты;
- владеть различными способами общения и взаимодействия; аргументированно вести диалог, уметь смягчать конфликтные ситуации;
- развернуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств.

*Совместная деятельность:*

- понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы;
- выбирать тематику и методы совместных действий с учетом общих интересов и возможностей каждого члена коллектива;
- принимать цели совместной деятельности, организовывать и координировать действия по ее достижению: составлять план действий, распределять роли с учетом мнений участников, обсуждать результаты совместной работы;

- оценивать качество своего вклада и вклада каждого участника команды в общий результат по разработанным критериям;
- предлагать новые учебные исследовательские и социальные проекты, оценивать идеи с позиции новизны, оригинальности, практической значимости;
- осуществлять позитивное стратегическое поведение в различных ситуациях, проявлять творчество и воображение, быть инициативным.

### 3. **Овладение универсальными регулятивными действиями**

#### *Самоорганизация:*

- самостоятельно осуществлять познавательную деятельность, выявлять проблемы, ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и в жизненных ситуациях;
- самостоятельно составлять план решения проблемы с учетом имеющихся ресурсов, собственных возможностей и предпочтений;
- давать оценку новым ситуациям, возникающим в познавательной и практической деятельности, в межличностных отношениях;
- расширять рамки учебного предмета на основе личных предпочтений;
- делать осознанный выбор стратегий поведения, решений при наличии альтернатив, аргументировать сделанный выбор, брать ответственность за принятое решение;
- оценивать приобретенный опыт;
- способствовать формированию и проявлению широкой эрудиции в разных областях знаний, постоянно повышать свой образовательный и культурный уровень.

#### *Самоконтроль:*

- давать оценку новым ситуациям, вносить корректизы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям;
- владеть навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований; использовать приемы рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения;
- уметь оценивать риски и своевременно принимать решения по их снижению;
- принимать мотивы и аргументы других при анализе результатов деятельности.

#### *Принятие себя и других:*

- принимать себя, понимая свои недостатки и достоинства;
- принимать мотивы и аргументы других при анализе результатов деятельности;
- признавать свое право и право других на ошибки;
- развивать способность понимать мир с позиции другого человека.

## **Предметные результаты**

Владеть знаниями об экономике как науке и хозяйстве, роли государства в экономике, в том числе государственной политике поддержки малого бизнеса и предпринимательства, конкуренции и импортозамещения, особенностях рыночных отношений в современной экономике; роли государственного бюджета в реализации полномочий органов государственной власти, механизмах принятия бюджетных

решений; особенностях профессиональной деятельности в экономической и финансовой сферах.

Применять знания о финансах и бюджетном регулировании при пользовании финансовыми услугами и инструментами, в том числе находить, анализировать и использовать информацию для принятия ответственных решений по достижению финансовых целей и управлению личными финансами при реализации прав и обязанностей потребителя финансовых услуг с учетом основных способов снижения рисков и правил личной финансовой безопасности.

Оценивать социальную информацию по проблемам экономической жизни общества, в том числе поступающую по каналам сетевых коммуникаций, определять степень достоверности информации.

## Тематическое планирование

№ п/п	Наименование разделов и тем программы	Кол- во часов	Электронные (цифровые) образовательные ресурсы
1.	Введение в маркетинг	3	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
2.	Основные понятия маркетинга	2	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
3.	Роль маркетинга в системе управления	2	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
4.	Анализ маркетинговой среды. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой	4	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
5.	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка	5	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
6.	Позиционирование рыночного предложения товара.	3	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
7.	Этапы позиционирования предложения товара	3	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
8.	Система маркетинговой информации.	4	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
9.	Процесс маркетингового исследования	3	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
10.	Концепция товара. Товарный ассортимент.	1	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
11.	Создание новых товаров. Использование товарных марок.	1	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
12.	Факторы ценообразования. Методы ценообразования.	1	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
13.	Товародвижение	1	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>

14.	Маркетинговые коммуникации.	1	Библиотека ЦОК <a href="https://m.edsoo.ru/7f41c418">https://m.edsoo.ru/7f41c418</a>
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ ПО ПРОГРАММЕ		34	

## Поурочное планирование

№ п.п	Тема урока	Кол-во часов	дата
1	Введение в маркетинг	1	
2	Введение в маркетинг	1	
3	Введение в маркетинг	1	
4	Основные понятия маркетинга	1	
5	Основные понятия маркетинга	1	
6	Роль маркетинга в системе управления	1	
7	Роль маркетинга в системе управления	1	
8	Анализ маркетинговой среды. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой	1	
9	Анализ маркетинговой среды. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой	1	
10	Анализ маркетинговой среды. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой	1	
11	Анализ маркетинговой среды. Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой	1	
12	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	1	
13	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	1	
14	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	1	
15	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	1	
16	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	1	
17	Позиционирование рыночного предложения товара.	1	

18	Позиционирование рыночного предложения товара.	1	
19	Позиционирование рыночного предложения товара.	1	
20	Этапы позиционирования предложения товара.	1	
21	Этапы позиционирования предложения товара.	1	
22	Этапы позиционирования предложения товара.	1	
23	Система маркетинговой информации	1	
24	Система маркетинговой информации	1	
25	Система маркетинговой информации	1	
26	Система маркетинговой информации	1	
27	Процесс маркетингового исследования	1	
28	Процесс маркетингового исследования	1	
29	Процесс маркетингового исследования	1	
30	Концепция товара. Товарный ассортимент.	1	
31	Создание новых товаров. Использование товарных марок.	1	
32	Факторы ценообразования. Методы ценообразования.	1	
33	Товародвижение	1	
34	Маркетинговые коммуникации.	1	

### **Учебно-методическое обеспечение образовательного процесса**

- 1.Гудырин С. Основы маркетинга. 10-11 классы. Элективный курс. Пособие для учителя «Вита-пресс», 2005
- 2.Лазебникова А.Ю. Обществознание. Примерные рабочие программы.
- 3.Предметная линия учебников под редакцией Л.Н.Боголюбова. 10 – 11 классы: учеб. пособие для общеобразоват. организаций: базовый уровень / А.Ю. Лазебникова, Н.И.Городецкая, Л.Е. Рутковская. – М.: Просвещение, 2022.
- 4.Боголюбов Л. Н., Аверьянов Ю. И., Белявский А. В. и др. Обществознание. 10 класс. Базовый уровень/ под ред. Л.Н.Боголюбова, А.Ю. Лазебниковой, М.В. Телюкиной – М.: Просвещение, 2022.
5. Боголюбов Л. Н., Лазебникова А. Ю., Аверьянов Ю. И. и др. Обществознание. Поурочные разработки. 10 класс. Базовый уровень /

под ред. Л.Н.Боголюбова. – М.: Просвещение, 2022.

6. Котова О.А., Лискова Т.Е. Обществознание. Тетрадь-тренажёр. 10 класс. Базовый уровень.- М.: Просвещение, 2022.

## **Цифровые образовательные ресурсы и ресурсы сети интернет**

Официальный интернет-портал правовой информации- <http://pravo.gov.ru/>  
Президент России — гражданам школьного возраста- <http://www.uznay-prezidenta.ru>

Государственная Дума: официальный сайт- <http://www.duma.gov.ru>

Федеральная служба государственной статистики: базы данных, статистическая

информация- <http://www.gks.ru>

Московская школа прав человека- <http://www.mshr-ngo.ru>

Социальные и экономические права в России- <http://www.seprava.ru>

Соционет: информационное пространство по общественным наукам  
<http://socionet.ru>

СМИ.ru — средства массовой информации в Интернете: каталог российских СМИ

<http://www.smi.ru>

Центр «Федеральный методический центр по финансовой грамотности системы общего и среднего профессионального образования» -  
<https://fmc.hse.ru/>

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 303540294533635982749676679132712847518854643115

Владелец Тимошкина Анна Сергеевна

Действителен С 14.03.2025 по 14.03.2026