

# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Дзензелюк Н. С. Пользователь: dzenzelukns Дата подписания: 03.12.2022	

Н. С. Дзензелюк

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.Ф.П2.07 Инструменты продвижения бизнеса  
для направления 38.03.02 Менеджмент**

**уровень** Бакалавриат

**профиль подготовки** Управление рисками

**форма обучения** очная

**кафедра-разработчик** Менеджмент

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970

Зав.кафедрой разработчика,  
к.экон.н., доц.

Т. В. Максимова

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Максимова Т. В. Пользователь: maksimovatv Дата подписания: 12.02.2022	

Разработчик программы,  
старший преподаватель

Т. Е. Коновалова

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Коновалова Т. Е. Пользователь: konovalovate Дата подписания: 12.02.2022	

Челябинск

## **1. Цели и задачи дисциплины**

Целью дисциплины является формирование системы теоретических знаний и практических умений и навыков выбора и использования инструментов продвижения бизнеса. Задачи: - сформировать знания о технологиях продвижения и современных инструментах, методах и средствах продвижения бизнеса в конкурентной среде; - сформировать знания о современных технологиях продвижения в цифровой среде, приемах и методах проведения анализа эффективности маркетинговой активности; - сформировать умения и навыки выбора технологий продвижения, методов поиска, сбора, систематизации и анализа необходимой маркетинговой информации, способов оценки эффективности выбранного комплекса продвижения; - сформировать умения и навыки оставлять систему показателей эффективности продвижения бизнеса в цифровой среде; анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в Интернет общей маркетинговой стратегии организации

## **Краткое содержание дисциплины**

Продвижение бизнеса: понятие, цели, задачи и функции. Особенности продвижения товаров и услуг. Интегрированные маркетинговые коммуникации в продвижении компаний. Особенности продвижения на промышленном рынке. Интернет-маркетинг. Веб-сайт как информационный ресурс компании. Мобильный маркетинг. Инструменты и преимущества. Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях. Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Бюджет. Оценка эффективности продвижения

## **2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-10 Способен разрабатывать организационно-управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, оценивать их условия и последствия	Знает: основные категории, входящие в понятие технологии продвижения бизнеса, инструменты продвижения бизнеса Умеет: разрабатывать организационно-управленческие решения, связанные с выбором инструментов продвижения бизнеса, оценивать условия их использования и последствия Имеет практический опыт: обоснованно выбирать инструменты продвижения бизнеса с учетом их стоимости и последствий
ПК-12 Способен управлять процессом реализации стратегии интернет-продвижения	Знает: современные технологии продвижения бизнеса в цифровой среде; Умеет: составлять систему показателей эффективности продвижения бизнеса в цифровой среде; Имеет практический опыт: разработки стратегии продвижения бизнеса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет

## **3. Место дисциплины в структуре ОП ВО**

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Теория организации и организационное поведение, Стратегический менеджмент, Организация бизнеса, Методы принятия управленческих решений, Управление инновациями	Управление результативностью бизнеса, Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете, Производственная практика (преддипломная) (8 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Управление инновациями	Знает: - методы и инструменты выявления и оценки рисков, связанных с инновационным продуктом, - теорию управления инновациями, методы продвижения инновационного бизнеса Умеет: - выявлять и анализировать риски, связанные с разработкой и продвижением инновационного продукта, - разрабатывать бизнес-план инновационного проекта, формировать пакет управленческих решений для продвижения инновационного бизнеса Имеет практический опыт: - оценки рисков, связанных с продвижением инновационного продукта, и разработки методов компенсации специфических рисков, - стратегического и инновационного мышления для принятия решений инновационного характера;- бизнес-планирования, в том числе для инновационного продукта
Теория организации и организационное поведение	Знает: - сущность организации как системы и процесса, сущность законов организации, теоретические основы организационного поведения, - теорию межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии Умеет: - проводить качественную оценку влияния внешних факторов на проектирование организации, моделировать управленческие решения по построению базовой структуры организации и структуры отдельной функциональной службы, использовать типовые положения о подразделениях в целях организационного проектирования;- применять современные модели развития и управления компанией, - анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации- анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами Имеет практический опыт: - проектирования организационной структуры функциональной службы в соответствии с поставленными целями,

	презентации предлагаемых организационных решений и участия в коллективной дискуссии по предлагаемым организационным решениям, инструментами распределения полномочий и ответственности по выполнению установленных функций , - принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении компанией
Стратегический менеджмент	Знает: - методику проведения стратегического анализа, инструменты стратегического менеджмента Умеет: - проводить стратегический анализ, разрабатывать организационно-управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, на основе результатов стратегического анализа Имеет практический опыт: - стратегического анализа и разработки матрицы организационно-управленческих решений
Организация бизнеса	Знает: методы воздействия на риски в разрезе отдельных видов; критерии, применяемые при выработке мероприятий по воздействию на риски в разрезе отдельных видов, связанных с организацией бизнеса, особенности организационно-управленческой работы с малыми коллективами в сфере бизнеса, перспективные направления развития бизнеса с целью выбора приоритетных проектов профессиональной деятельности; методы, технологии и этапы анализа бизнес-процессов; подходы к анализу и выявлению новых рыночных возможностей; Умеет: осуществлять расчеты, прогнозировать, тестировать и верифицировать методики управления рисками с учетом отраслевой специфики, в том числе рисков, связанных с организацией бизнеса, выбирать, оценивать и разрабатывать стратегические направления развития бизнеса; оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; анализировать и выявлять новые рыночные возможности; проводить аналитические изыскания, разработку, планирование и оценку эффективности проектов профессиональной деятельности; Имеет практический опыт: разработке мероприятий по управлению рисками совместно с ответственными за риск сотрудниками организации – владельцами риска, формирования новых бизнес-моделей на основе анализа бизнес-процессов, разработки и оценки эффективности проектов профессиональной деятельности;
Методы принятия управленческих решений	Знает: - принципы и основные методы принятия решений в управлении деятельностью организаций;- классификацию управленческих решений; - теоретические основы методов анализа информации при принятии управленческих решений;- методы оценки

	эффективности управленческих решений, - методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии информации для принятия управленческих решений Умеет: - моделировать управленческие решения тактического и операционного характера; - оценивать экономическую и социальную эффективность управленческих решений; - выбирать альтернативы управленческих решений в условиях неопределенности и риска; - осуществлять контроль управленческих решений, - проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев Имеет практический опыт: - оценки и выбора альтернатив при принятии управленческих решений; - оценки результатов управленческих решений, - выявления, сбора и анализа информации для формирования возможных управленческих решений
--	--

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 56,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		7	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>			
Лекции (Л)	16	16	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	51,5	51,5	
Подготовка к экзамену	17,5	17,5	
Подготовка к текущему тестированию	6	6	
Подготовка задания самостоятельной работы	4	4	
Подготовка к практическим занятиям	24	24	
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5	
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен	

#### 5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Концепция продвижения	8	2	6	0
2	Традиционные технологии продвижения	14	4	10	0
3	Технологии продвижения в цифровой среде.	16	6	10	0

	Инновационные технологии.				
4	Планирование и организация процесса продвижения	10	4	6	0

## 5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Продвижение бизнеса: понятие, цели, задачи и функции. Особенности продвижения товаров и услуг.	2
2	2	Интегрированные маркетинговые коммуникации в продвижении компании	2
3	2	Особенности продвижения на промышленном рынке	2
4	3	Интернет-маркетинг. Веб-сайт как информационный ресурс компании	2
5	3	Мобильный маркетинг. Инструменты и преимущества	2
6	3	Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях	2
7	4	Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Бюджет	2
8	4	Оценка эффективности продвижения	2

## 5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Процесс продвижения. Разбор примеров	2
2	1	Особенности продвижения товаров	2
3	1	Особенности продвижения услуг	2
4	2	Интегрированные маркетинговые коммуникации в системе продвижения: реклама в печатных СМИ, на телевидении, наружная реклама	2
5	2	Инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта	2
6	2	Event-маркетинг	2
7	2	Инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения на рынке B2B. Прямой маркетинг.	2
8	2	Инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения на рынке B2B. Выставки	2
9	3	Традиционные инструменты интернет-маркетинга	2
10	3	Веб-сайт как информационный ресурс компании	2
11	3	Поисковая оптимизация и продвижение сайта	2
12	3	Мобильный маркетинг. Инструменты. Преимущества	2
13	3	Тенденции развития социальных сетей. Бизнес в социальных сетях. SMM	2
14	4	Организация и управление процессом продвижения бизнеса	2
15	4	Бюджет продвижения.	2
16	4	Оценка эффективности технологий продвижения	2

## 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

## 5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС

Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к экзамену	Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с	7	17,5
Подготовка к текущему тестированию	Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с	7	6
Подготовка задания самостоятельной работы	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] крат. курс : пер. с англ. Ф. Котлер. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 488 с. ил.	7	4
Подготовка к практическим занятиям	Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов /	7	24


## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	7	Текущий контроль	KPM 1 - Тест 1	1	10	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов – 10 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 20 минут. Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия – 1.	экзамен

							Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%	
2	7	Текущий контроль	KPM 2 - Тест 2	1	10		При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов – 10 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 20 минут. Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%	экзамен
3	7	Текущий контроль	KPM 3 практические занятия	1	32		Максимальный балл – 32: всего 16 практических работ, каждая работа оценивается максимально 2 балла. Весовой коэффициент мероприятия - 1 Критерии оценивания выполнения каждой практической работы: 2 балла – задание практической работы выполнено полностью, студент активно принимал участие в обсуждении. 1 балл - задание практической работы выполнено полностью, но студент не принимал участие в обсуждении; задание практической работы выполнено не полностью, но студент активно принимал участие в обсуждении; задание практической работы выполнено полностью, но с нарушением графика представления работы. 0 баллов – практическая работа не выполнена.	экзамен
4	7	Текущий контроль	KPM 4 сообщение	1	8		При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Темы сообщение доводятся до студентов в начале семестра. Максимальный балл – 8 Критерии оценивания (метод суммирования): 0 – Работа не представлена +1 балл – Работа представлена, файл прикреплен в Электронный ЮУрГУ +1 балл – Работа представлена в соответствии с графиком +1 балл – содержание соответствует заданной теме;	экзамен

						+1 балл – тема обдумана студентом, высказано собственное мнение, суждения +1 балл – представлены ссылки на информационные источники +1 балл - приведены примеры +1 балл – информационные источники современные. +1 балл - работа оформлена согласно СТО	
5	7	Промежуточная аттестация	KPM экзамен	-	40	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 40 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 60 минут. Максимальное количество баллов – 40. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Тест выполнен, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%</p> <p>Итоговый рейтинг по дисциплине формируется на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Отлично: величина рейтинга обучающегося по дисциплине больше или равна 86% Хорошо: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 74- 86% Удовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60-73% Неудовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59%</p>	экзамен

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 40 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 60 минут. Максимальное количество баллов – 40. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Тест выполнен, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% Итоговый рейтинг по дисциплине формируется на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и</p>	<p>В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения</p>

	промежуточной аттестации. Отлично: величина рейтинга обучающего по дисциплине больше или равна 86% Хорошо: величина рейтинга обучающего по дисциплине 74- 86% Удовлетворительно: величина рейтинга обучающего по дисциплине 60-73% Неудовлетворительно: величина рейтинга обучающего по дисциплине 0...59%	
--	--	--

### 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
ПК-10	Знает: основные категории, входящие в понятие технологии продвижения бизнеса, инструменты продвижения бизнеса	+		++		
ПК-10	Умеет: разрабатывать организационно-управленческие решения, связанные с выбором инструментов продвижения бизнеса, оценивать условия их использования и последствия	+	+	+		
ПК-10	Имеет практический опыт: обоснованно выбирать инструменты продвижения бизнеса с учетом их стоимости и последствий	+	+	+		
ПК-12	Знает: современные технологии продвижения бизнеса в цифровой среде;	+		++		
ПК-12	Умеет: составлять систему показателей эффективности продвижения бизнеса в цифровой среде;		++		+	
ПК-12	Имеет практический опыт: разработки стратегии продвижения бизнеса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет		++			+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### a) основная литература:

Не предусмотрена

#### б) дополнительная литература:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] крат. курс : пер. с англ. Ф. Котлер. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 488 с. ил.

#### в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

#### г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Инструменты продвижения бизнеса: методические указания / Т.Е. Коновалова, под ред. Ю.В.Асташовой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 32 с

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Инструменты продвижения бизнеса: методические указания / Т.Е. Коновалова, под ред. Ю.В.Асташовой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 32 с

### Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с <a href="https://urait.ru/bcode/473049">https://urait.ru/bcode/473049</a>
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. <a href="https://urait.ru/bcode/468986">https://urait.ru/bcode/468986</a>
3	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/70531">https://e.lanbook.com/book/70531</a>
4	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с. <a href="https://urait.ru/bcode/468861">https://urait.ru/bcode/468861</a>
5	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с <a href="https://urait.ru/bcode/487490">https://urait.ru/bcode/487490</a>
6	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. <a href="https://urait.ru/bcode/484940">https://urait.ru/bcode/484940</a>

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)" -Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(31.12.2022)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предоставленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Экзамен	114-4 (2)	Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС
Самостоятельная работа студента	114-4 (2)	Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС
Практические занятия и семинары	114-4 (2)	Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС

Лекции	450 (2)	Компьютер с выходом в Интернет и подключением к ЭБС, проектор, экран, доска
--------	------------	---