ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей кафедрой

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: 25.05.2022

Т. В. Максимова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.03 Маркетинг персонала организации
для направления 38.03.03 Управление персоналом
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Управление персоналом организации
форма обучения очная
кафедра-разработчик Менеджмент

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 955

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

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: 25.05.2022

Т. В. Максимова

Разработчик программы,
старший преподаватель

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: 25.05.2022

Т. Е. Коновалова

Челябинск

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: показать роль маркетинга персонала в системе управления персоналом предприятия. К задачам дисциплины относятся: • ознакомить студентов с основами маркетинга персонала и основными его методами, а также привить навыки использования полученных в ходе изучения дисциплины знаний на практике; • сформировать понимание студентами концепции маркетинга персонала; • развить умение использовать знания в области маркетинга персонала на предприятии.

Краткое содержание дисциплины

Сущность и содержание маркетинга персонала. Сущность и назначение маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система в управлении персоналом. Основные направления и методы маркетинговых исследований рынка труда. Инструменты маркетинга персонала: связи с общественностью в управлении персоналом; корпоративная культура как инструмент маркетинга персонала; имидж организации как инструмент маркетинга персонала. Подсистема планирования и маркетинга персонала в организации. Процесс управления маркетингом персонала на предприятии. Организация и совершенствование маркетинга персонала на предприятии. Основные функции отдела маркетинга персонала в системе управления персоналом

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен к сбору информации о потребностях организации в персонале	Знает: - общие тенденции на рынке труда и в отдельной отрасли, конкретной должности, специальности; - структуру организации и вакантные должности; - источники обеспечения организации кадрами Умеет: - собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях рынка труда, включая предложения от провайдеров услуг по поиску, привлечению, подбору и отбору персонала Имеет практический опыт: - анализа рынка труда по организации работы на аналогичном производстве и рабочих местах
ПК-6 Способен к организации обучения персонала	Знает: - методы, инструменты маркетинговых исследований потребности в обучении персонала Умеет: - анализировать рынок образовательных услуг и готовить предложения по поставщикам услуг Имеет практический опыт: - анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении персонала

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин,	Перечень последующих дисциплин,

видов работ учебного плана	видов работ
Психология управления, Рынок труда, Экономика труда и социально-трудовые отношения	Документационное обеспечение работы с персоналом, Практикум по виду профессиональной деятельности, Технологии развития персонала, Персональный менеджмент, Аудит и контроллинг персонала, Производственная практика, преддипломная практика (8 семестр)

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

Дисциплина	Требования
Психология управления	Знает: - основы общей и социальной психологии, социологии и психологии труда;- нормы этики делового общения, - психологические закономерности взаимоотношения людей в рамках организации; - требования психологического характера к личности руководителя; - основы технологии управления персоналом; теоретические основы, -содержание и методы управления мотивацией и стимулированием трудовой деятельности; - методы управления организационной культурой; - причины возникновения и методы управления конфликтами и стрессами в организации; - понятие инклюзивной компетентности, ее компоненты и структуру., - основы общей и социальной психологии, социологии и психологии труда Умеет: - анализировать и определять потребности в обучении групп персонала в соответствии с целями организации;- разрабатывать и оформлять документы по процессам организации обучения персонала и их результатам- соблюдать нормы этики делового общения, - оценивать профессиональные, деловые, коммуникативные и прочие качества людей, например, при приеме на работу, а также в процессе сотрудничества, побуждать своих подчиненных к лучшему труду; - вести общение в системе деловых отношений, организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;- диагностировать проблемы морально-психологического климата в организации и разрабатывать управленческие решения, направленные на их разрешение; - диагностировать конфликты в организации и разрабатывать мероприятия по их предупреждению и разрешению, в том числе с использованием современных средств коммуникации.- дифференцированно

	использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах с учетом особенностей лиц с отклонениями в состоянии здоровья. , - определять параметры и критерии оценки персонала-определять методы проведения оценки персонала- выделять (определять) группы персонала для проведения оценки Имеет практический опыт: - анализа эффективности мероприятий по обучению персонала, - применения современных технологий управления поведением персонала в социальной и профессиональной сферах; - формирования и поддержания морально-психологического климата в организации; - повышения этического уровня деловых отношений и эффективности делового общения; - управления организационной культурой и управления конфликтами и стрессами- имеет опыт применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах., - определение ресурсов, выбор средств и методов проведения оценки персонала
Рынок труда	Знает: - методы сбора информации на внутреннем и внешнем рынке труда;- теоретические аспекты социально-трудовых отношений на рынке труда, - общие тенденции на рынке труда и в отдельных отраслях и видах профессиональной деятельности, - технологии и методики проведения сбора и анализа информации на рынке труда- общие тенденции на рынке труда и в отдельной отрасли, конкретной профессии (должности, специальности) Умеет: - давать оценку сложившейся ситуации на рынке труда, в том числе влияния на него внешних организаций;- проецировать полученные в ходе анализа внешнего и внутреннего рынка труда данные для совершенствования системы управления персоналом на предприятии, - собирать, анализировать и структурировать информацию о кандидатах и предложениях на рынке труда, - собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях рынка труда Имеет практический опыт: - анализа показателей и тенденций на рынке труда, - поиск на внутреннем и внешнем рынке труда информации о кандидатах, соответствующей требованиям вакантной должности (профессии, специальности), - анализа рынка труда и персонала организации по профилю вакантной должности
Экономика труда и социально-трудовые отношения	Знает: - основные категории и законы экономики труда; - структуру трудового потенциала общества; - базовые модели экономической теории труда; уровень спроса на труд и предложения труда, инвестиций в человеческий

	капитал, функционирования рынка труда, коллективных переговоров и специального партнерства;- цели, задачи и средства социально-экономической политики государства, экономические методы анализа и управления социально-трудовыми отношениями на уровне фирмы и рынка в целом; - пути повышения производительности труда; -принципы и элементы системы организации труда;- особенности трудового коллектива как объекта управления и методы изучения и мотивирования трудового поведения работников., - основы экономики, организации труда и управления- основы социологии труда, - системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала- технологии и методы формирования и контроля бюджетов- методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения Умеет: -анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне;- рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели;- оценивать состояние и перспективы развития социально- трудовых отношений, мер государственного воздействия на рынок труда;- анализировать трудовые показатели;- рассчитывать экономический эффект от внедрения мероприятий по совершенствованию организации труда и росту его производительности, - собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях и возможностях кадрового потенциала организации- собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях рынка труда, , - определять объёмы средств для реализации социальных гарантий, корпоративных льгот и иных элементов корпоративных социальных программ для формирования бюджетов- составлять и контролировать статьи расходов на социальные программы для планирования бюджетов Имеет практический опыт: - применения методологии экономического исследования и современных методов сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;- расчета и анализа социально- экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне;- экономического мышления для восприятия информации, анализа, обобщения и решения аналитических и исследовательских задач по проблемам рынка труда, - сбора информации о потребностях организации в персонале, -

	разработка системы выплат работникам социальных льгот- организация переговоров с профессиональными союзами и другими представительными органами работников, общественными организациями, взаимодействие с государственными органами- подготовка предложений по формированию бюджета в части обеспечения корпоративной социальной политики

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	53,75	53,75
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Подготовка задания по самостоятельной работе	10	10
Подготовка к практическим занятиям	16	16
Подготовка к текущему тестированию	6	6
Подготовка к зачету	21,75	21.75
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Концепция и ключевые функции маркетинга персонала	12	4	8	0
2	Инструменты маркетинга персонала	24	8	16	0
3	Управление брендом работодателя	12	4	8	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов

1	1	Система управления маркетингом в организации. Планирование маркетинга персонала во взаимосвязи с кадровой политикой. Маркетинговая концепция управления персоналом	2
2	1	Функции маркетинга персонала: информационная, коммуникационная, ценовая, формирования лояльности	2
3	2	Определение требований к персоналу и потребности в нем. Запросы работодателя	2
4	2	Маркетинговые исследования рынка труда. Сегментирование целевых групп	2
5	2	Маркетинговые подходы к решению задач подбора и отбора персонала	2
6	2	Персонал-имидж работодателя: понятие, функции, виды, методы анализа	2
7	3	Бренд работодателя. Формирование, поддержание и продвижение бренда работодателя	2
8	3	Технологии HR-брендинга в организации. Эффективность бренда работодателя	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Система управления маркетингом персонала в организации. Целеполагание в маркетинге персонала по уровням управлления в организации. Место и роль маркетинга персонала в организационной структуре службы управления персоналом	2
2	1	Маркетинговые концепции. Маркетинговые концепции для различных этапов развития маркетинга персонала. Этапы разработки концепции. Модель маркетинга пресонала-микс	2
3	1	Система маркетинговой информации и ее элементы. Источники маркетинговой информации по персоналу	2
4	1	Формирование требований к персоналу со стороны организации. Оценка потребности организации в персонале	2
5	2	Процедура маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Преимущества и недостатки различных методов сбора информации	2
6	2	Маркетинговые исследования рынка труда	2
7	2	Инструменты кабинетных исследований	2
8	2	Инструменты полевых исследований: анкетирование, опросы	2
9	2	Инструменты полевых исследований: наблюдение, тестирование, фокус-группы	2
10	2	Маркетинговый подход к решению задач подбора персонала	2
11	2	Маркетинговый подход к решению задач отбора персонала	2
12	2	Оценка результатов исследований и разработка рекомендаций	2
1	3	Бренд работодателя: значение, сущность, виды. Идентификаторы бренда и концепция.	2
14	3	Формирование бренда работодателя, инструменты. Поддержание проенда работодателя. Продвижение бренда работоддателя	2
15	3	HR-бендинг, маркетинговые технологии. HR-брендбук	2
16	3	Анализ бренда работодателя. Метрики. Контроль эффективности	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 задания по самостоятельной работе	Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник / О. Ю. Патласов. — Москва : Дашков и К, 2018. — 384 с. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. 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.	5	10
Подготовка к практическим занятиям	Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 321 с. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник / О. Ю. Патласов. — Москва : Дашков и К, 2018. — 384 с. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с.	5	16
Подготовка к текущему тестированию	Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 321 с. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник / О. Ю. Патласов. — Москва : Дашков и К, 2018. — 384 с. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с.	5	6
Подготовка к зачету	Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 321 с. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник / О. Ю. Патласов. — Москва : Дашков и К, 2018. — 384 с. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с.	5	21,75

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	5	Текущий контроль	КРМ 1 - Тест1	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%	зачет
2	5	Текущий контроль	КРМ 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%	зачет
3	5	Текущий контроль	КРМ 3 - Контрольная точка по практическим занятиям	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	зачет

						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.	
4	5	Текущий контроль	КРМ 4 - СРС	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 - работа оформлена согласно задания +1 балл – содержание соответствует заданной теме; +1 балл – тема обдумана студентом, высказано собственное мнение, суждения, нет прямого копирования информации +1 балл – ссылки на информационные источники представлены +1 балл - приведены примеры соответствующие отрасли +1 балл – информационные источники современные, использованы для аналитики официальные источники	зачет
5	5	Текущий контроль	Контрольное мероприятие (итоговое тестирование по курсу)	1	40	Контрольно-рейтинговое мероприятие проводится в форме итогового компьютерного тестирования, с автоматическим выбором вопросов. Итоговое тестирование содержит 40 вопросов, затрагивающих все разделы курса судебная экономическая экспертиза и позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 40 мин. При оценивании результатов мероприятия	зачет

						используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 40.	
6	5	Проме-жуточная аттестация	Собеседование по вопросам дисциплины	-	5	В процессе собеседования осуществляется контроль освоения компетенций студентом. Собеседование проводится с целью проверки уровня знаний, умений, приобретенного опыта, понимания студентом основных методов и законов изучаемой дисциплины, возможности дополнительно повысить свой рейтинг. Критерии оценивания: - даны полные, развернутые ответы на заданные вопросы, студент ориентируется в основных категориях курса - 5 баллов; - даны ответы на заданные вопросы, студент ориентируется в основных категориях курса с некоторыми затруднениями - 4 балла; - даны частичные ответы на заданные вопросы, студент имеет затруднения в описании основных категорий курса - 3 балла; - даны поверхностные ответы на заданные вопросы, студент не ориентируется в основных категориях курса - 2 балла; - студент не ответил на большую часть заданных вопросов, имеет существенные затруднения в категориях курса - 1 балл; - студент не ориентируется в основных категориях курса - 0 баллов. Максимальное количество баллов – 5 за задание	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	На зачете происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по дисциплине "Маркетинг персонала организации" на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти собеседование с преподавателем по основным разделам дисциплины. В результате складывается совокупный рейтинг	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	студента, который позволяет получить зачет по дисциплине, который проставляется в ведомость, зачетную книжку студента. Зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60% и более. Не зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0…59 %.	

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
ПК-1	Знает: - общие тенденции на рынке труда и в отдельной отрасли, конкретной должности, специальности; - структуру организации и вакантные должности; - источники обеспечения организации кадрами	+			+	+	+
ПК-1	Умеет: - собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях рынка труда, включая предложения от провайдеров услуг по поиску, привлечению, подбору и отбору персонала	+		+	+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: - анализа рынка труда по организации работы на аналогичном производстве и рабочих местах	+		+	+	+	+
ПК-6	Знает: - методы, инструменты маркетинговых исследований потребности в обучении персонала		+			+	+
ПК-6	Умеет: - анализировать рынок образовательных услуг и готовить предложения по поставщикам услуг		+	+		+	+
ПК-6	Имеет практический опыт: - анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении персонала		+	+		+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

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

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Маркетинг персонала организации: методические указания / Т.Е. Коновалова, под ред. А.Б. Левиной. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 16 с

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание

1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 321 с. https://urait.ru/bcode/487362
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. https://urait.ru/bcode/426253
3	Дополнительная 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. https://urait.ru/bcode/473049
4	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник / О. Ю. Патласов. — Москва : Дашков и К, 2018. — 384 с. https://e.lanbook.com/book/105568

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:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	429 (2)	Компьютер с выходом в Интернет, проектор, экран
Зачет,диф.зачет	114-4 (2)	Коммпьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС
Самостоятельная работа студента	114-4 (2)	Коммпьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС
Практические занятия и семинары	429 (2)	Рабочее место студента