ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и управления

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Савельева И. П.
Пользователь: savelevaip
Дата подписания: 28.04.2021

И. П. Савельева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины Б.1.15 Маркетинг
для специальности 38.05.01 Экономическая безопасность
уровень специалист **тип программы** Специалитет
специализация Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Менеджмент

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.05.01 Экономическая безопасность, утверждённым приказом Минобрнауки от 16.01.2017 № 20

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: Левина А. Б.
Пользователь: levinaab
Дата подписания: 18.04.2021

А. Б. Левина

Разработчик программы,
к.экон.н., доц., доцент

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Трофименко Е. Ю.
Пользователь: trofimenkoei
Дата подписания: 16.04.2021

Е. Ю. Трофименко

СОГЛАСОВАНО

Зав.выпускающей кафедрой
Экономическая безопасность
д.экон.н., доц.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Карпушкина А. В.
Пользователь: karpushkinaav
Дата подписания: 19.04.2021

А. В. Карпушкина

Челябинск

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: через систему знаний о закономерностях и законах маркетинговой деятельности расширить представления студентов: • о маркетинговой деятельности при решении проблем управления производством и реализацией товаров и услуг в интересах потребителей; • о направлениях и путях развития товарного рынка в России и за рубежом; • о проблемах использовании новых подходов к достижению более высокого уровня результатов в бизнесе. Задачи: - сформулировать понятийный аппарат, составляющий конструкцию маркетинговой деятельности на рынке; - показать основные виды и формы маркетинговой деятельности; - показать роль и место маркетинга в современных экономических условиях; - сформировать у обучающихся четкое представление о маркетинге как концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности. - создать предпосылки для развития, заложенного в каждом человеке интеллектуального потенциала, способствующего профессиональному и личностному росту

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина «Маркетинг» предназначена для формирования у студентов представления о маркетинге как об организационной функции совокупности процессов создания, продвижения и предоставления ценностей для потребителей, определяющих успех любого бизнеса. В учебной программе излагаются цели изучения дисциплины, приобретаемые компетенции, перечислены основные темы, понятия и положения. Даются соответствующие организационно-методические указания. Подчеркивается важность систематической аудиторной и самостоятельной работы слушателей. В дисциплине «Маркетинг» особое внимание уделяется изучению современной маркетинговой концепции, системы информационного обеспечения маркетинга, принципов разработки стратегий и программ маркетинга. Программой дисциплины «Маркетинг» предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий, а также выполнение студентами заданий, способствующих приобретению практических навыков и закреплению теоретического материала. Данная программа построена в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта и отражает следующие основные разделы дисциплины: маркетинг и компания; информационная база маркетинга и рыночные возможности; реализация рыночных возможностей компании: маркетинговый комплекс.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-41 способностью принимать участие в разработке стратегии обеспечения экономической безопасности организаций, подготовке программ по ее реализации	Знать:- стратегии обеспечения экономической безопасности
	Уметь:- создавать программы по реализации экономической безопасности организации
	Владеть:- методами стратегического планирования и обеспечения экономической безопасности организации
ПК-48 способностью проводить специальные	Знать:- методы исследования рыночной ситуации

исследования в целях определения потенциальных и реальных угроз экономической безопасности организации	в целях определения угроз экономической безопасности организации
	Уметь:- анализировать различные по качеству и количеству объемы данных
	Владеть:- методами проведения специальных исследований угроз экономической безопасности организации
ПК-1 способностью подготавливать исходные данные, необходимые для расчета экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	Знать:- основы организации маркетинговой деятельности
	Уметь:- применять типовые модели к расчетам макро-, медиа- и микро- показателей, с использованием информационных технологий
	Владеть:- инструментами маркетинга

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.13 Основы менеджмента	Б.1.19 Экономика предприятия (организации)

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

Дисциплина	Требования
Б.1.13 Основы менеджмента	Знать: Место и роль управления маркетинговыми бизнес-процессами в деятельности организации, основные теории, модели и инструменты маркетинга, методики принятия стратегических и тактических маркетинговых управленческих решений, критерии оценки эффективности маркетинговых проектов. Уметь: Осуществлять постановку маркетинговых проблем организации, стратегический анализ внешней и внутренней маркетинговой среды, выбирать стратегические маркетинговые цели и стратегии их достижения, формировать тактические маркетинговые решения в области товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой политики, и разрабатывать маркетинговые программы, осуществлять оценку социальной и экономической эффективности маркетинговых проектов. Владеть : Специальной терминологией данной дисциплины, современными технологиями выбора эффективных маркетинговых решений, навыками организации выполнения принятых решений и обеспечения их экономической эффективности.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		2
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	12	12
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	96	96
подготовка к тесту	30	30
Подготовка реферата	30	30
Подготовка к зачету	36	36
Вид итогового 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	Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.	2	2	0	0
2	Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга	2	2	0	0
3	Маркетинговые исследования.	3	2	1	0
4	Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.	3	2	1	0
5	Товародвижение.	1	0	1	0
6	Политика ценообразования. Продвижение товаров.	1	0	1	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.	2
2	2	Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга	2
3	3	Маркетинговые исследования.	2
4	4	Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.	2
5	5	Товародвижение.	0
6	6	Политика ценообразования. Продвижение товаров.	0

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.	0
2	2	Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга	0
3	3	Маркетинговые исследования.	1
4	4	Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.	1

5	5	Товародвижение.	1
6	6	Политика ценообразования. Продвижение товаров.	1

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка к зачету	Маркетинг Электронный ресурс. - М.: LDL, 2003, Сфера услуг : Экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум Текст учеб. пособие для вузов Т. Д. Бурменко ; под ред. Т. Д. Бурменко. - М.: КноРус, 2010, Амблер, Т. Практический маркетинг Текст Т. Амблер ; пер. с англ.: И. Петрова, В. Васильева ; под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского. - СПб. и др.: Питер, 1999. - 393, [2] с. ил., Вековцева, Т. А. Конструирование рекламы. Упаковка Текст метод. указания по выполнению лаб. работ Т. А. Вековцева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 18, [1] с., Николаенко, А. А. Маркетинг Текст учеб. пособие А. А. Николаенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Технология, бизнес и компьютер. упр. машиностроит. пр-ва ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2002. - 67 с. ил., Океанова, З. К. Маркетинг Текст учебник З. К. Океанова. - М.: Проспект, 2007. - 420, [1] с., Варенцова, И. Е. Введение в специальность "Маркетинг" Текст учеб. пособие И. Е. Варенцова ; под ред. А. И. Демченко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2010. - 69, [1] с. электрон. версия	36
подготовка реферата	Журналы: 1. Маркетинг в России и за рубежом 2. Маркетинговые исследования в России 3. Секрет фирмы 4. Практический маркетинг 5. Маркетинг	30
подготовка к зачету	Маркетинг Электронный ресурс. - М.: LDL, 2003, Сфера услуг : Экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум Текст учеб. пособие для вузов Т. Д. Бурменко ; под ред. Т. Д. Бурменко. - М.: КноРус, 2010, Амблер, Т. Практический маркетинг Текст Т. Амблер ; пер. с англ.: И. Петрова, В. Васильева ; под общ. ред. Ю. Н.	30

	Каптуревского. - СПб. и др.: Питер, 1999. - 393, [2] с. ил., Вековцева, Т. А. Конструирование рекламы. Упаковка Текст метод. указания по выполнению лаб. работ Т. А. Вековцева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг. коммуникации ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 18, [1] с., Николаенко, А. А. Маркетинг Текст учеб. пособие А. А. Николаенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Технология, бизнес и компьютер. упр. машиностроит. пр-ва ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2002. - 67 с. ил., Океанова, З. К. Маркетинг Текст учебник З. К. Океанова. - М.: Проспект, 2007. - 420, [1] с., Варенцова, И. Е. Введение в специальность "Маркетинг" Текст учеб. пособие И. Е. Варенцова ; под ред. А. И. Демченко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2010. - 69, [1] с. электрон. версия	

6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Интерактивные кейсы	Практические занятия и семинары	Реальные кейсы предприятий с адаптивно изменяемыми условиями	4

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Инновационные формы обучения	Краткое описание и примеры использования в темах и разделах
Интерактивные кейсы	Реальные кейсы предприятий с адаптивно изменяемыми условиями

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Все разделы	ПК-1 способностью подготавливать исходные данные,	реферат (текущий контроль)	перечень тем

	необходимые для расчета экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов		
Все разделы	ПК-41 способностью принимать участие в разработке стратегии обеспечения экономической безопасности организаций, подготовке программ по ее реализации	реферат (текущий контроль)	перечень тем
Все разделы	ПК-48 способностью проводить специальные исследования в целях определения потенциальных и реальных угроз экономической безопасности организации	реферат (текущий контроль)	перечень тем
Все разделы	ПК-1 способностью подготавливать исходные данные, необходимые для расчета экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	тест (текущий контроль)	№№ 1-3
Все разделы	ПК-41 способностью принимать участие в разработке стратегии обеспечения экономической безопасности организаций, подготовке программ по ее реализации	тест (текущий контроль)	№№ 1-3
Все разделы	ПК-48 способностью проводить специальные исследования в целях определения потенциальных и реальных угроз экономической безопасности организации	тест (текущий контроль)	№№ 1-3
Все разделы	ПК-1 способностью подготавливать исходные данные, необходимые для расчета экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	Промежуточная аттестация (по итогам освоения дисциплины)	вопросы на зачет
Все разделы	ПК-41 способностью принимать участие в разработке стратегии обеспечения экономической безопасности организаций, подготовке программ по ее реализации	Промежуточная аттестация (по итогам освоения дисциплины)	вопросы на зачет
Все разделы	ПК-48 способностью проводить специальные исследования в целях определения потенциальных и реальных угроз экономической безопасности организации	Промежуточная аттестация (по итогам освоения дисциплины)	вопросы на зачет
Все разделы	ПК-1 способностью подготавливать исходные данные, необходимые для расчета экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации

Все разделы	ПК-41 способностью принимать участие в разработке стратегии обеспечения экономической безопасности организаций, подготовке программ по ее реализации	зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации
Все разделы	ПК-48 способностью проводить специальные исследования в целях определения потенциальных и реальных угроз экономической безопасности организации	зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Промежуточная аттестация (по итогам освоения дисциплины)	ромежуточная аттестация проводится в форме ответов по билетам по итогам освоения дисциплины. Основывается на всех разделах дисциплины. В билете 2 вопроса. Контрольные мероприятия промежуточной аттестации проводятся во время зачета. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). На ответы отводится 45 час. Правильный ответ на вопрос соответствует 20 баллам. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов за промежуточную аттестацию - 40 баллов.	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %
зачет	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Итоговая оценка проставляется в ведомость, зачетную книжку и, в конечном итоге, в приложение к диплому	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %
тест (текущий контроль)	В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов, формируемых компьютером самостоятельно - 20 Время, отводимое на тестирование 15 минут. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Правильный ответ на вопрос соответствует 0,5 баллов. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов - 20 за тест раздела.	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %

реферат (текущий контроль)	1. Правильность оформления и составления реферата (титульный лист, план реферата, введение, основная часть, заключение и выводы, список использованной литературы) – 4 2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие содержания теме и плану реферата – 2 б) полнота и глубина знаний по теме –4 в) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме) – 6 3. Ответы на контрольные вопросы – 4. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Максимальный балл за реферат - 20	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Промежуточная аттестация (по итогам освоения дисциплины)	1. Особенности маркетинговой деятельности в России. 2. Реализация двуединого подхода маркетинга в России. 3. Аналитическая функция маркетинга и ее реализация в России. 4. Изучение потребителей в России. 5. Особенности микросферы маркетинга в России. 6. Макросфера маркетинга в России. 7. Классификация контрагентов рынка. 8. Примеры классификации российских рынков. 9. Основные направления маркетинговых исследований в России. 10. Особенности получения вторичной маркетинговой информации в России. 11. Содержание и основные направления маркетинговой деятельности предприятия. 12. Товарная политика российских предприятий. 13. Жизненный цикл товара: теория и практика. 14. Российские товарные знаки, их развитие. 15. Упаковка в товарной политике российских предприятий. 16. Ассортиментная политика российских предприятий. 17. Конкурентоспособность российских товаров. 18. Новые товары в рыночной стратегии российских предприятий. 19. Сегментация рынка: теория и практика. 20. Позиционирование товара на российском рынке. 21. Ценовая политика российских предприятий. 22. Система товародвижения на примере российских предприятий. 23. Оптовая торговля в России. 24. Розничная торговля в России. 25. Особенности реализации прямого маркетинга в России. 26. Система стимулирования сбыта: теория и практика. 27. Товарная реклама в России. 28. Планирование и организация службы маркетинга на российских предприятиях.

	маркетинг.pdf
зачет	
тест (текущий контроль)	тест 3.doc; тест 2.doc; тест 1.doc
реферат (текущий контроль)	темы рефератов.docx

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Амблер, Т. Практический маркетинг Текст Т. Амблер ; пер. с англ.: И. Петрова, В. Васильева ; под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского. - СПб. и др.: Питер, 1999. - 393, [2] с. ил.
2. Океанова, З. К. Маркетинг Текст учебник З. К. Океанова. - М.: Проспект, 2007. - 420, [1] с.
3. Николаенко, А. А. Маркетинг Текст учеб. пособие А. А. Николаенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Технология, бизнес и компьютер. упр. машиностроит. пр-ва ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2002. - 67 с. ил.
4. Сфера услуг : Экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум Текст учеб. пособие для вузов Т. Д. Бурменко ; под ред. Т. Д. Бурменко. - М.: КноРус, 2010

б) дополнительная литература:

1. Маркетинг : большой толковый словарь [Текст] Гильдия маркетологов ; под ред. А. П. Панкрухина. - М.: Омега-Л, 2008. - 261 с. граф. 25 см.
2. Панкрухин, А. П. Маркетинг [Текст] учеб. для вузов по курсу "Маркетинг" А. П. Панкркхин ; Ин-т междунар. права и экономики им. А. С. Грибоедова. - М.: ИМПЭ: Триада, 1999. - 397, [1] с. ил.

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

1. 1. Маркетинг в России и за рубежом
2. 2. Маркетинговые исследования в России
3. 3. Секрет фирмы
4. 4. Практический маркетинг

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. 4. Трофименко, Е. Ю. Маркетинг [Текст] метод. указания по практ. занятиям для направления 080200.62 "Менеджмент" Е. Ю. Трофименко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013. - 47, [2] с. электрон. версия
2. Маркетинг

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

3. 4. Трофименко, Е. Ю. Маркетинг [Текст] метод. указания по практ. занятиям для направления 080200.62 "Менеджмент" Е. Ю. Трофименко ; Юж.-

Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013. - 47, [2] с. электрон. версия

4. Маркетинг

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
1	Основная литература	4. Трофименко, Е. Ю. Маркетинг [Текст] метод. указания по практ. занятиям для направления 080200.62 "Менеджмент" Е. Ю. Трофименко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013. - 47, [2] с. электрон. версия	Электронный каталог ЮУрГУ	ЛокальнаяСеть / Свободный
2	Дополнительная литература	Варенцова, И. Е. Маркетинговые исследования Текст учеб. пособие по практ. занятиям по направлению "Менеджмент" И. Е. Варенцов ; под ред. И. П. Савельевой ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2012. - 51, [1] с. электрон. версия	Электронный каталог ЮУрГУ	Интернет / Свободный

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции		Компьютер, монитор, проектор, экран, доска
Самостоятельная работа студента		Компьютер, монитор
Зачет,диф.зачет		Компьютер, монитор
Практические занятия и семинары		Компьютер, монитор, проектор, экран, доска
Контроль самостоятельной		Компьютер, монитор

работы		