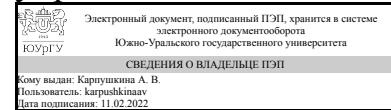


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института  
Высшая школа экономики и  
управления



А. В. Карпушкина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА практики

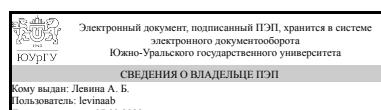
**Практика** Учебная практика, научно-исследовательская работа  
для направления 38.04.02 Менеджмент

**Уровень** Магистратура  
**магистерская программа** Стратегический и инновационный маркетинг  
**форма обучения** очная  
**кафедра-разработчик** Менеджмент

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению  
подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от  
12.08.2020 № 952

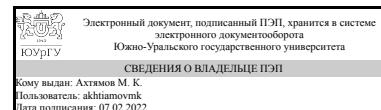
Зав. кафедрой разработчика,  
к.экон.н., доц.

А. Б. Левина



Разработчик программы,  
д.экон.н., доц., профессор

М. К. Ахтямов



Челябинск

## **1. Общая характеристика**

### **Вид практики**

Учебная

### **Тип практики**

научно-исследовательская работа

### **Форма проведения**

Дискретно по периодам проведения практик

### **Цель практики**

разработка и обоснование методологического замысла работы

### **Задачи практики**

- выбор и обоснование проблемы и темы;
- определение объекта и предмета, целей и задач;
- разработка гипотезы исследования;
- разработка методики исследования и обзор методов

### **Краткое содержание практики**

Замысел исследования – это основная идея, которая связывает воедино все структурные элементы методики, определяет порядок проведения, исследования и его этапы. В замысле исследования выстраиваются в логический порядок цель, задачи, гипотеза исследования; критерии, показатели развития конкретного явления соотносятся с конкретными методами исследования; определяется последовательность применения этих методов, порядок управления ходом эксперимента, порядок регистрации, накопления и обобщения экспериментального материала

## **2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики**

<b>Планируемые результаты освоения ОП ВО</b>	<b>Планируемые результаты обучения при прохождении практики</b>
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает:- формы и виды научных коммуникаций Умеет:- использовать научный стиль изложения в письменных и устных коммуникациях Имеет практический опыт:- применения научной терминологии при планировании самостоятельного научного исследования
УК-6 Способен определять и	Знает:- методы самооценки в

реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<p>профессиональной среде</p> <p>Умеет:- критически оценивать собственную деятельности при планировании самостоятельных исследований</p>
<p>ПК-8 Способен проводить самостоятельные научные исследования в сфере маркетинга</p>	<p>Имеет практический опыт:- определения приоритетов при планировании самостоятельного исследования</p> <p>Знает:- элементы методологии научного исследования</p> <p>Умеет:- определять перспективные направления исследований и разрабатывать методологию научного исследования</p> <p>Имеет практический опыт:- обоснования актуальности направлений исследования, определения целей и предмета исследований, проведения обзора методов исследования, формулирования гипотезы исследования</p>

### 3. Место практики в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ	Перечень последующих дисциплин, видов работ
<p>Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу</p> <p>Иностранный язык в профессиональной деятельности</p> <p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (1 семестр)</p>	<p>Лидерство и командный менеджмент</p> <p>Производственная практика, преддипломная практика (4 семестр)</p> <p>Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр)</p> <p>Производственная практика, научно-исследовательская работа (4 семестр)</p> <p>Производственная практика, практика по профилю профессиональной деятельности (2 семестр)</p> <p>Производственная практика, научно-исследовательская работа (3 семестр)</p>

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым для прохождения данной практики и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу	Знает: - перспективные направления научных исследований в сфере маркетинга, - цели и виды маркетингового исследования потребителей, - подходы, методики и инструменты стратегического анализа отраслей и рынков

	<p>Умеет: - определять цели, задачи и основные этапы исследования, - формировать цели и задачи проведения маркетингового исследования, обосновывать использование методов и инструментов исследования потребителей, - применять методы стратегического анализа в процессе формирования стратегии организации</p> <p>Имеет практический опыт: - выбора вторичных источников информации при проведении самостоятельного научного исследования, - составления плана исследования потребителей и разработки письменных опросников (анкет), - проведения стратегического анализа компании и оценки конкурентной среды с использованием различных моделей и методов</p>
Иностранный язык в профессиональной деятельности	<p>Знает: - виды и средства современных коммуникативных технологий в социально-историческом, этическом и философском контекстах; - правила и возможности применения коммуникативных технологий; - основные принципы организации деловых контактов; - методы подготовки к переговорам, межкультурные особенности и традиции; - межкультурные различия в практике письменной и устной деловой коммуникации; - формы невербальных коммуникаций; - виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления, приёмы повышения эффективности общения. - этические нормы деловых коммуникаций, - лексико-грамматический минимум в объеме, необходимом для осуществления письменной и устной коммуникации в профессионально-деловой и научной сферах; - основную профессиональную терминологию на иностранном языке; - правила ведения деловой корреспонденции на иностранном языке; - правила перевода профессиональных и научных текстов; - социокультурную специфику международного профессионально-делового общения</p> <p>Умеет: - использовать коммуникативные технологии для поиска, обмена информацией и установления профессиональных контактов; - грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; - соблюдать этические нормы и права человека; - анализировать особенности социального взаимодействия с учетом межкультурных особенностей, - понимать устную</p>

	<p>речь профессионально-делового характера; - участвовать в международных переговорах, дискуссии, научной беседе, выражая определенные коммуникативные намерения; продуцировать монологическое высказывание по профилю научной специальности/темы, аргументировано излагая свою позицию и используя вспомогательные средства (графики, таблицы, диаграммы, мультимедиа презентации и т.д.); - писать деловые письма; соотносить языковые средства с нормами речевого поведения, которых придерживаются носители иностранного языка</p> <p>Имеет практический опыт: - организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом межкультурных особенностей; - преодоления барьеров в процессе межкультурного взаимодействия, - чтения профессиональной и научной литературы в оригинале (изучающее, ознакомительное, просмотровое, поисковое), предполагающими разную степень понимания и смысловой компрессии прочитанного; - поиска и критического осмысливания информации, полученной из зарубежных источников, аргументированного изложения собственной точки зрения; - публичной речи (сообщения, презентации)</p>
Учебная практика, научно-исследовательская работа (1 семестр)	<p>Знает: - приемы и технологии самооценки, - современные концепции маркетинга, - формы и виды профессиональных коммуникаций</p> <p>Умеет: - критически оценивать возможности при разработке планов исследования, определять дефицит ресурсов и формулировать цели исследования с учетом имеющихся ограничений, - проводить анализ и критически оценивать результаты исследований в области маркетинга, реализуемых в современной научной среде, - использовать профессиональную терминологию в устных и письменных коммуникациях</p> <p>Имеет практический опыт: - разработки реалистичных целей самостоятельного научного исследования, - работы с информационными источниками, научного поиска, - применения профессиональной терминологии при формулировании и защите результатов самостоятельного исследования</p>

## **4. Объём практики**

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 6, часов 216, недель 16.

## **5. Содержание практики**

<b>№ раздела (этапа)</b>	<b>Наименование или краткое содержание вида работ на практике</b>	<b>Кол-во часов</b>
1	Планирование научного исследования	36
2	Проведение научного исследования	144
3	Представление результатов научного исследования	36

## **6. Формы отчетности по практике**

По окончанию практики, студент предоставляет на кафедру пакет документов, который включает в себя:

- дневник прохождения практики, включая индивидуальное задание и характеристику работы практиканта организацией;
- отчет о прохождении практики.

Формы документов утверждены распоряжением заведующего кафедрой от 01.09.2021 №301-31/231-1.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по практике**

Вид промежуточной аттестации – дифференцированный зачет. Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### **7.1. Контрольные мероприятия (КМ)**

<b>№ КМ</b>	<b>Семестр</b>	<b>Вид контроля</b>	<b>Название контрольного мероприятия</b>	<b>Вес</b>	<b>Макс.балл</b>	<b>Порядок начисления баллов</b>	<b>Учитывается в ПА</b>
1	2	Текущий контроль	КРМ1 - Выбор тематики НИР и обоснование актуальности выбранной темы	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла -	дифференцированный зачет

						выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	
2	2	Текущий контроль	КРМ 2 - Формулировка целей и задач исследования	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	дифференцированный зачет
3	2	Текущий контроль	КРМ 3 - Разработка структуры отчета	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	дифференцированный зачет

4	2	Текущий контроль	КРМ 4 - Содержательная часть исследования: полнота и логичность	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не сделано; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	дифференцированный зачет
5	2	Текущий контроль	КРМ 5 - Результаты по задачам исследования	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	дифференцированный зачет
6	2	Текущий контроль	КРМ 6 - Итоговые выводы и результаты НИР	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в	дифференцированный зачет

							полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	
7	2	Текущий контроль	KPM 7 Актуальность полученных результатов с точки зрения подготовки ВКР	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	дифференцированный зачет	
8	2	Текущий контроль	KPM 8 - Заполнение дневника НИР	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не сделано; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла -	дифференцированный зачет	

						выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	
9	2	Текущий контроль	КРМ 9 - Оформление отчета	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по оформлению 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями по оформлению; 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями по оформлению отчета	дифференцированный зачет
10	2	Текущий контроль	КРМ 10 - Самостоятельность проведения исследования (антиплагиат)	1	2	Максимально оценивается в 2 балла: 0 балл – показатели оригинальности менее 40% 1 балла – показатель оригинальности 40 -60% 2 балла – показатель оригинальности более 60%	дифференцированный зачет
11	2	Текущий контроль	КРМ 11 - Соблюдение графика выполнения НИР и предоставление отчета	1	2	Максимально оценивается в 2 балла: 0 балл – сроки сдачи нарушен более чем в 1 семестр 1 балла – отчет сдан с незначительным отклонением от графика 2 балла – отчет сдан в полном	дифференцированный зачет

						соответствии с графиком	
12	2	Бонус	КРМ 12 - Апробация результатов НИР (выступление на конференциях, публикация статей)	-	7	Оценивается не более одной статьи и одного доклада. Таким образом, суммарная максимальная оценка по КРМ может составлять 7 баллов: 1 балл – доклад на кафедральной конференции без публикации 2 балла – доклад всероссийской или международной на конференции без публикации 3 балла – статья в материалах конференции (индексация РИНЦ) 4 баллов – статья в российском рецензируемом издании (журналы, монографии) (индексация РИНЦ) 5 баллов – статья в международном рецензируемом издании (индексация scopus, WoS)	дифференцированный зачет
13	2	Промежуточная аттестация	КРМ 13 - Защита отчета	-	20	Максимально оценивается в 20 баллов, по 2 балла за каждый из 10 вопросов (2 балла – ответ полный, 1 балл – ответ не обоснован, 0 баллов – нет ответа):	дифференцированный зачет

## 7.2. Процедура проведения, критерии оценивания

На защите заслушивается доклад (не более 5 минут) студента по результатам практики. Структура доклада должна соответствовать следующим вопросам: 1. Какие теоретические концепции были Вами изучены в рамках прохождении практики? В чем их актуальность? 2. В каких направлениях существующие концепции и подходы нуждаются в дальнейшей разработке? 3. В чем актуальность Вашего исследования? 4. Какие информационные источники Вы использовали в качестве информационной базы своего исследования? 5. Как Вы определили цель и задачи исследования? 6. Какие исследования были проведены Вами?

Охарактеризуйте используемые методы. 7. Каких результатов Вы достигли в результате прохождения практики? 8. Насколько эти результаты применимы для подготовки ВКР? 9. Удалось ли достичь тех результатов практики, которые планировались? Достигнута ли цель? (обоснуйте) 10. Каким образом, Вы видите дальнейшую работу над ВКР? Какие исследования и данные Вам необходимы для работы? На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по практике используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Итоговая оценка проставляется в ведомость, зачетную книжку

### **7.3. Оценочные материалы**

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
УК-4	Знает: - формы и виды научных коммуникаций													+
УК-4	Умеет: - использовать научный стиль изложения в письменных и устных коммуникациях			+	++++		++					+	+	
УК-4	Имеет практический опыт: - применения научной терминологии при планировании самостоятельного научного исследования							+	++			+	+	
УК-6	Знает: - методы самооценки в профессиональной среде													++
УК-6	Умеет: - критически оценивать собственную деятельность при планировании самостоятельных исследований			+			++				+	+	+	
УК-6	Имеет практический опыт: - определения приоритетов при планировании самостоятельного исследования			+			++					+	+	
ПК-8	Знает: - элементы методологии научного исследования	+												+
ПК-8	Умеет: - определять перспективные направления исследований и разрабатывать методологию научного исследования				+++									+
ПК-8	Имеет практический опыт: - обоснования актуальности направлений исследования, определения целей и предмета исследований, проведения обзора методов исследования, формулирования гипотезы исследования			++++						+				+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

### **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики**

#### **Печатная учебно-методическая документация**

*а) основная литература:*

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : Экспресс-курс [Текст] Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. И. Малковой. - 3-е изд. - СПб. и др.: Питер, 2010. - 479 с. ил.
2. Данько, Т. П. Управление маркетингом [Текст] учебник для вузов по направлению "Экономика" и экон. специальностям Т. П. Данько. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 362, [1] с. ил.
3. Синяева, И. М. Управление маркетингом [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 061500 "Маркетинг" И. М. Синяева, В. В. Синяев, В. М. Маслова ; под ред. И. М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник, 2014. - 414, [2] с. ил.

*б) дополнительная литература:*

1. Холленсен, С. Глобальный маркетинг [Текст] учеб. пособие С. Холленсен ; пер. с англ. Е. Носова, К. Юрашкевич. - Минск: Новое знание, 2004. - 831, [1] с.
2. Маркетинг территорий [Текст] учебник и практикум для вузов по экон. направлениям и специальностям О. Н. Романенкова ; под общ. ред. О. Н. Романенковой ; Финанс. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2016. - 262 с. ил.
3. Панкрухин, А. П. Маркетинг [Текст] учеб. для вузов по специальности 080111 "Маркетинг" А. П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. - 5-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2007. - 654, [1] с.

*из них методические указания для самостоятельной работы студента:*

1. Studying internship, research work (obtaining primary skills in research work) in the master's degree on Economics and Management / Учебная практика, научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) по направлению магистратуры "Экономика" и "Менеджмент". Methodological guidelines / методические указания / составители Демченко А.И., Ахтямов М.К. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022.

## **Электронная учебно-методическая документация**

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/167596">https://e.lanbook.com/book/167596</a>
2	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Майн, И.Б. 77 коротких рецензий на лучшие книги по маркетингу и продажам. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Майн, Иванов и Фербер, 2005. — 86 с. <a href="http://e.lanbook.com/book/62234">http://e.lanbook.com/book/62234</a>

3	Журналы	eLIBRARY.RU	Короткова, Т. Л. Место и роль курса "Методы исследований в менеджменте" в подготовке магистра / Т. Л. Короткова // Современные технологии управления. – 2012. – № 3(15). – С. 24-31. <a href="https://elibrary.ru/item.asp?id=17747292">https://elibrary.ru/item.asp?id=17747292</a>
4	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Лысова, Н. А. Маркетинг территорий : учебник / Н. А. Лысова. — Москва : Проспект, 2019. — 158 с. — ISBN 978-5-392-28831-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/150918">https://e.lanbook.com/book/150918</a>
5	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Белов, Н.А. Методические указания к выполнению магистерской диссертации: курсовые работы и проекты по направлению подготовки, научно-исследовательская работа, подготовка, оформление и защита выпускной квалификационной работы. [Электронный ресурс] / Н.А. Белов, М.В. Пикунов, С.В. Лактионов. — Электрон. дан. — М. : МИСИС, 2013. — 105 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/book/47415">http://e.lanbook.com/book/47415</a> — Загл. с экрана.
6	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. <a href="https://urait.ru/bcode/492628">https://urait.ru/bcode/492628</a>
7	Основная 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, 2022. — 419 с. <a href="https://urait.ru/bcode/489446">https://urait.ru/bcode/489446</a>
8	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Соклакова, И. В. Стратегический менеджмент: российский и зарубежный опыт : монография / И. В. Соклакова, М. С. Санталова, А. В. Борщева. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 246 с. — ISBN 978-5-394-04453-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/173995">https://e.lanbook.com/book/173995</a>
9	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Новые парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики : монография / под редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 352 с. — ISBN 978-5-394-04291-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/173973">https://e.lanbook.com/book/173973</a>
10	Журналы	eLIBRARY.RU	Маркетинг в России и за рубежом <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=8819">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=8819</a>
11	Журналы	eLIBRARY.RU	Маркетинг и маркетинговые исследования <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10303">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10303</a>
12	Журналы	eLIBRARY.RU	ACADEMY OF MARKETING SCIENCE. JOURNAL <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=4843">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=4843</a>
13	Журналы	eLIBRARY.RU	ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING AND LOGISTICS <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=5794">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=5794</a>

## 9. Информационные технологии, используемые при проведении практики

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 информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

## **10. Материально-техническое обеспечение практики**

<b>Место прохождения практики</b>	<b>Адрес места прохождения</b>	<b>Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики</b>
ЮУрГУ, Научная библиотека	454080, Челябинск, пр-т Ленина, 87	Основные фонды библиотеки
Кафедра "Менеджмент", ЮУрГУ	454080, Челябинск, проспект Ленина, 76	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет