

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.09.2021 14:45:14
Уникальный программный идентификатор:
24f866be2aca16484076a8cbb7c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Электронная
подпись зав. кафедрой

17.12.2020 г.
протокол № 6
Зав. кафедрой Ергунова О.Т.

Утверждена
Советом по учебно-методическим вопросам
и качеству образования
20 января 2021 г.
протокол № 6
Председатель _____ Карх Д.А.
(подпись)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Маркетинг и брендинг туристских дестинаций (на английском языке)
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль	Управление в туризме и индустрии гостеприимства
Форма обучения	заочная
Год набора	2021
Разработана:	зав.кафедрой, к.э.н. Ергунова Ольга Титовна

Екатеринбург
2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	4
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	5
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	10
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	10
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы магистратуры, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Подготовка магистрантов к успешной управленческой работе в сфере туризма и рекреационной деятельности на основе знания законов общества, привить умение применять эти знания в профессиональной деятельности; сформировать навыки использования основных способов и средств информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки информации; способности к восприятию и методическому обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; выработать умения применять современные и актуальные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 2						
	36	6	2	4	30	1
Семестр 3						
Зачет с оценкой, Контрольная работа	108	18	6	12	86	3
	144	24	8	16	116	4

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
информационно-аналитический	

<p>ПК-1 Анализ и оценка деятельности гостиничного комплекса и предприятия питания</p>	<p>ИД-3.ПК-1 Иметь практический опыт: Стратегическое управление развитием гостиничного комплекса; Сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды гостиничного комплекса и предприятий питания, необходимой для принятия стратегических и оперативных управленческих решений; Организация системы мониторинга внешней и внутренней среды гостиничного комплекса и предприятий питания; Руководство подготовкой предложений по формированию и совершенствованию <u>продукции и обслуживания в соответствии с изменением</u></p> <p>ИД-2.ПК-1 Уметь: Владеть навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства и на предприятиях питания; Владеть методиками стратегического и ситуационного анализа и оценки результатов деятельности гостиничного комплекса и предприятий питания; Применять техники количественной оценки, анализа и презентации информации о гостиничном продукте, о продукции и услугах предприятия питания; Владеть навыками создания и ведения баз данных по различным показателям деятельности гостиничного комплекса и предприятий <u>питания</u></p> <p>ИД-1.ПК-1 Знать: Законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг и предприятий питания; Формы статистической, финансовой и другой отчетности в индустрии гостеприимства и на предприятиях питания; Технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства и предприятиях питания; Основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничного <u>предприятия и предприятия питания</u></p>
<p>консультационный</p>	
<p>ПК-5 Руководство разработкой предложений по внесению изменений в действующую нормативную базу и в методики проведения внутреннего контроля</p>	<p>ИД-3.ПК-5 Иметь практический опыт: Анализ действующей нормативной базы внутреннего контроля, в том числе внутренних стандартов и требований профессиональной этики, а также методического обеспечения проведения внутреннего контроля; Разработка предложений по внесению изменений в действующую нормативную базу и в методики внутреннего контроля, в требования профессиональной этики, проекты внутренних стандартов по построению и функционированию системы внутреннего контроля на всех уровнях управления экономическим субъектом, нормативные и методические материалы для работы специалистов по внутреннему контролю; их оценка и представление на утверждение <u>уполномоченному руководителю экономического субъекта</u></p> <p>ИД-2.ПК-5 Уметь: Сравнивать по содержанию и выявлять несоответствие внутренних регламентов работы субъектов внутреннего контроля на всех уровнях управления экономическим субъектом, вырабатывать предложения по их корректировке; Разрабатывать обоснованные изменения в действующую нормативную базу внутреннего контроля</p> <p>ИД-1.ПК-5 Знать: Теория и практика построения систем внутреннего нормативного регулирования в экономических субъектах; Основы информационных технологий и информационной безопасности; Программные средства автоматизации офисной деятельности; Основы деловой документации, делопроизводства в экономическом субъекте; Требования профессиональной этики</p>

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)					
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия			
Семестр 2		14						
Тема 1.	Туристская дестинация как базовый элемент туристической системы	14	2		2	10		
Семестр 3		23						
Тема 2.	Туристско-рекреационный потенциал дестинаций	23	1		2	20		
Семестр 3		50						
Тема 3.	Регион как дестинация	50	1		3	46		
Семестр 3		25						
Тема 4.	Маркетинг территорий и продвижение дестинаций	25	1		4	20		
Семестр 3		24						
Тема 5.	Поведение потребителей туристических дестинаций	24	2		4	18		
Семестр 3		4						
Тема 6.	Брендинг туристической дестинации, его элементы	4	1		1	2		

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Темы 1-4	Тест Приложение 4	Количество вопросов 5	Один балл за каждый правильный ответ. Всего 5 баллов
Темы 1-6	Устный опрос Приложение 4	Вопросы для устного опроса	Оценивается 50-100%
Тема 1-6	Контрольная работа Приложение 6	Три варианта по одному кейсу в каждом	Оценивается 50-100%
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
3 семестр (ЗаО)	Билеты к зачету с оценкой	Один теоретический вопрос	Оценивается 50-100%

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. Туристская дестинация как базовый элемент туристической системы Понятие туристической дестинации. Элементы туристической _дестинации. Свойства и виды туристической дестинации. Жизненный цикл туристической дестинации. Атрибутика бренда дестинации. Восприятие и имидж бренда дестинации. Типология имиджа дестинации. <u>Вербальные и невербальные элементы дестинации.</u></p>
<p>Тема 2. Туристско-рекреационный потенциал дестинаций Понятие туристическо-рекреационного потенциала дестинаций. Элементы туристическо-рекреационного потенциала дестинаций. Влияние качества туристических услуг на экономику дестинации. Инвестиции в достопримечательности.</p>
<p>Тема 3. Регион как дестинация Туристические регионы как дестинации. Классификация туристических регионов. Региональный маркетинг.</p>
<p>Тема 4. Маркетинг территорий и продвижение дестинаций Маркетинговый подход к туристической дестинации. Маркетинг места. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций. Организация системы территориального маркетингового управления. Особенности продвижения дестинации. Основные способы продвижения туристской дестинации. Стратегии продвижения туристской дестинации. Исследования маркетинговых коммуникаций <u>предприятий сферы туризма и отдыха.</u></p>
<p>Тема 5. Поведение потребителей туристических дестинаций Потребители туристических дестинаций. Сегменты рынка туристских _дестинаций. Поведение потребителей туристских дестинаций. Мотивы выбора дестинации. Формирование отношения потребителей к туристической дестинации.</p>
<p>Тема 6. Брендинг туристической дестинации, его элементы Определение бренда туристической дестинации, основные понятия и значения._ Региональный брендинг. Цели формирования и виды бренда территории. Объекты и субъекты бренда территории. Процесс формирования бренда территории, его этапы._ Концепция конкурентной идентичности территории С.Анхольта. Стратегический анализ рынка дестинации. SWOT – и ПЭСТ анализ дестинации. Оценка целесообразности вы вода на рынок бренда дестинации. Позиционирование <u>бренда дестинации.</u></p>

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 1. Туристская дестинация как базовый элемент туристической системы Вопросы для дискуссий: 1. Понятие туристической дестинации. 2. Элементы туристической _дестинации. 3. Свойства и виды туристической дестинации. 4. Атрибутика бренда дестинации. Восприятие и имидж бренда дестинации. 5.Типология имиджа дестинации. 6.<u>Вербальные и невербальные элементы дестинации.</u></p>
<p>Тема 2. Туристско-рекреационный потенциал дестинаций Вопросы для дисуссий: 1. Понятие туристическо-рекреационного потенциала дестинаций. 2. Элементы туристическо-рекреационного потенциала дестинаций. 3.Влияние качества туристических услуг на экономику дестинации. 4. <u>Инвестиции в достопримечательности.</u></p>
<p>Тема 3. Регион как дестинация Вопросы для дискуссий: 1. Туристические регионы как дестинации. 2. Классификация туристических регионов. 3. <u>Региональный маркетинг.</u></p>

<p>Тема 4. Маркетинг территорий и продвижение дестинаций</p> <p>Вопросы для дискуссий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организация системы территориального маркетингового управления. 2. Особенности продвижения дестинации. 3. Основные способы продвижения туристской дестинации. 4. Стратегии продвижения туристской дестинации. 5. Исследования маркетинговых коммуникаций предприятий сферы туризма и отдыха.
<p>Тема 5. Поведение потребителей туристических дестинаций</p> <p>Вопросы для дискуссий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сегменты рынка туристских дестинаций. 2. Поведение потребителей туристских дестинаций. 3. Мотивы выбора дестинации. 4. Формирование отношения потребителей к туристической дестинации
<p>Тема 6. Брендинг туристической дестинации, его элементы</p> <p>Вопросы для дискуссий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цели формирования и виды бренда территории. 2. Объекты и субъекты бренда территории. 3. Процесс формирования бренда территории, его этапы. 4. Концепция конкурентной идентичности территории С.Анхольта

7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 1. Туристская дестинация как базовый элемент туристической системы</p> <p>Вопросы для самостоятельного изучения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Современный маркетинг, основные категории и тенденции развития. 2. Маркетинг территорий, как инструмент управления региональным развитием. 3. Регион, как объект исследования территориального маркетинга.
<p>Тема 2. Туристско-рекреационный потенциал дестинаций</p> <p>Вопросы для самостоятельного изучения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность и особенности территориального продукта, способы его формирования. 2. Туристские и рекреационные потребности, их место и роль в системе потребностей населения. 3. Туристские и рекреационные ресурсы как основа формирования территориального продукта.
<p>Тема 3. Регион как дестинация</p> <p>Вопросы для самостоятельного изучения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Потенциал территорий, особенности его оценки 2. Комплекс маркетинга территории, характеристика основных элементов, особенности разработки. 3. Современные средства продвижения территорий.
<p>Тема 4. Маркетинг территорий и продвижение дестинаций</p> <p>Вопросы для самостоятельного изучения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выставочная деятельность территории, как важнейший элемент ее продвижения. 2. Электронный маркетинг, его роль и значение в формировании коммуникативной политики администрации территории. 3. Официальный сайт Администрации как инструмент развития.
<p>Тема 5. Поведение потребителей туристических дестинаций</p> <p>Вопросы для самостоятельного изучения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Новейшие электронные технологии продвижения территории. 2. Сущность и значение имиджа территории. 3. Формирование имиджа территорий.
<p>Тема 6. Брендинг туристической дестинации, его элементы</p> <p>Вопросы для самостоятельного изучения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности брендинга территорий. 2. Городской продукт его специфика и особенности формирования. 3. Маркетинг городов и центров, основные понятия, специфические особенности

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
В электронном портфолио обучающегося по дисциплине размещается
<http://portfolio.usue.ru>
- контрольные работы

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Приложение 6

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Муртузалиева Т. В., Розанова Т.П.. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма. [Электронный ресурс]: Учебно-методическая литература. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 166 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1091138>
2. Рассохина Т. В.. Менеджмент туристских дестинаций. [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 210 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453601>
3. Кирьянова Л. Г.. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций. [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 264 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451797>

Дополнительная литература:

1. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д.. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов : пер. с англ.. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 1071 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1028517>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Microsoft Office 2016. Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Libre Office. Лицензия GNU LGPL. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

-Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия. обеспечивающие тематические иллюстрации.