

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.09.2023 15:18:47
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036885550990531af05f

Одобрена
на заседании кафедры

23.11.2022 г.
протокол № 4
Зав. кафедрой Капустина Л.М.

Утверждена
Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

14 декабря 2022 г.
протокол № 4
Председатель  Карх Д.А.
(подпись)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Международные маркетинговые коммуникации
Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Профиль	Внешнеэкономическая и таможенная деятельность
Форма обучения	очно-заочная
Год набора	2023
Разработана:	
Доцент, к.э.н.	
Агабабаев М.С.	

Екатеринбург
2022 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	6
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	7
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
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	12

ВВЕДЕНИЕ

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

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сформировать у студентов теоретические знания и практические навыки, необходимые для организации и проведения маркетинговой коммуникационной политики на международных рынках.

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 6						
	36	4	4	0	32	1
Семестр 7						
Зачет, Контрольная работа	144	20	8	12	120	4
	180	24	12	12	152	5

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
организационно-управленческий	

<p>ПК-1 Подготовка к заключению внешнеэкономического контракта</p>	<p>ИД-1.ПК-1 Знать:</p> <p>Основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки</p> <p>Нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность</p> <p>Международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли</p> <p>Методы и инструменты работы с базами данных внешних рынков</p> <p>Методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках</p> <p>Методы разработки рекламной информации для внешних рынков</p> <p>Инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках</p> <p>Основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Документооборот внешнеэкономических сделок</p> <p>Условия внешнеэкономического контракта</p> <p>Нормы этики и делового общения с иностранными партнерами</p> <p>Маркетинг и особенности ценообразования</p> <p>Этика делового общения и правила ведения переговоров</p> <p>Английский язык (пороговый уровень В1)</p> <p>Основы экономической теории</p> <p>Основы трудового законодательства Российской Федерации</p> <p>Правила административного документооборота</p> <p>Порядок составления установленной отчетности</p> <p>Правила пожарной безопасности</p> <p>Требования охраны труда</p>
	<p>ИД-2.ПК-1 Уметь:</p> <p>Использовать вычислительную, копировальную, вспомогательную технику и различные виды телекоммуникационной связи</p> <p>Разрабатывать тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках</p> <p>Осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеэкономического контракта</p> <p>Осуществлять взаимодействие с участниками внешнеэкономического контракта</p> <p>Подготавливать коммерческие предложения, запросы</p> <p>Оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов</p> <p>Составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеэкономического контракта</p> <p>Проверять необходимую документацию для заключения внешнеэкономического контракта</p> <p>Составлять проект внешнеэкономического контракта</p>

<p>ПК-1 Подготовка к заключению внешнеэкономического контракта</p>	<p>ИД-3.ПК-1 Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> Организации рекламы продукции организации для распространения на внешних рынках Оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения Поиска и анализа информации о потенциальных партнерах на внешних рынках Направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеэкономического контракта Проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках Проведения предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров Составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеэкономического контракта (перечень разногласий) Документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеэкономического контракта Подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках Формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеэкономического контракта Обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеэкономического контракта Формирования проекта внешнеэкономического контракта Осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеэкономического контракта Подготовки процедуры подписания внешнеэкономического контракта с контрагентом
аналитический	
<p>ПК-4 Контроль исполнения обязательств по внешнеэкономическому контракту</p>	<p>ИД-1.ПК-4 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> Нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность Международные договоры в сфере внешнеэкономической деятельности Стандарты и требования внешних рынков к продукции Методы и инструменты работы с базами данных внешних рынков Правила оформления документации по внешнеэкономическому контракту Порядок документооборота в организации Основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности Условия внешнеэкономического контракта Маркетинг и особенности ценообразования Этика делового общения и правила ведения переговоров Английский язык (пороговый продвинутый уровень В2) Основы экономической теории Основы трудового законодательства Российской Федерации Правила административного документооборота Порядок составления установленной отчетности Правила пожарной безопасности Требования охраны труда

ПК-4 Контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	<p>ИД-2.ПК-4 Уметь:</p> <p>Использовать вычислительную, копировальную, вспомогательную технику и различные виды телекоммуникационной связи</p> <p>Анализировать и систематизировать информацию о процессе исполнения обязательств участниками внешнеторгового контракта</p> <p>Вести деловую переписку с иностранными партнерами для получения информации об исполнении обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>Взаимодействовать с подразделениями организации и сторонними организациями для осуществления контроля исполнения контрактных обязательств</p> <p>Составлять отчеты и готовить предложения по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту</p>
	<p>ИД-3.ПК-4 Иметь практический опыт:</p> <p>Сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>Разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>Организационно-технического сопровождения участия организации в исполнении обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>Мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>Организации процедуры приемки отдельных этапов исполнения внешнеторгового контракта</p> <p>Привлечения к участию и контроля участия исполнителей в зависимости от этапов реализации внешнеторгового контракта</p> <p>Документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организации претензионной работы</p> <p>Подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту</p>

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 7		176					
Тема 1.	Международные маркетинговые коммуникации: понятие и основные инструменты (ПК-1)	40	4		4	32	
Тема 2.	Понятие и сущность международной рекламы (ПК-1 ПК-4)	68	4		4	60	
Тема 3.	Организация рекламной деятельности на внешнем рынке (ПК-1, ПК-4)	68	4		4	60	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1-3	Кейс - Приложение 4	Кейс «Стратегии выбора средств рекламы на развивающихся рынках»	10 б
Тема 1-3	Кейс Приложение 4	Кейс - Выбор адресатов и носителей рекламного сообщения	10 б
Тема 1-3	Кейс - Приложение 4	Кейс «Домик в Германии»	10 б
Тема 1-3	Кейс - Приложение 4	Кейс «Стратегии выбора средств рекламы на развивающихся рынках»	10 б
Тема 1-3	Кейс Приложение 4	Кейс - Выбор адресатов и носителей рекламного сообщения	10 б
Тема 1-3	Кейс - Приложение 4	Кейс «Домик в Германии»	10 б
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
7 семестр (За)	тест	15 вопросов	30 б.

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 профессиональных задач
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

Тема 1. Международные маркетинговые коммуникации: понятие и основные инструменты (ПК-1)
Место и роль маркетинговых коммуникаций в структуре комплекса международного маркетинга.
Инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках. Основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций.
Проведения предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров.
Факторы, определяющие значимость элементов в структуре маркетинговых коммуникаций.

Тема 2. Понятие и сущность международной рекламы (ПК-1 ПК-4)
Роль рекламы в международном маркетинге. Кросс-культурный анализ и мультинациональная реклама. Глобальная стратегия с частичной адаптацией в международной рекламе. Методы pull и push («тяни-тоякай») в международной рекламной деятельности. Средства международной рекламы. Особенности международных рекламных кампаний. Особенности креатива в международной рекламе. Методы разработки рекламной информации для внешних рынков.

Тема 3. Организация рекламной деятельности на внешнем рынке (ПК-1, ПК-4)
Организации рекламы продукции организации для распространения на внешних рынках
Оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Международные маркетинговые коммуникации: понятие и основные инструменты (ПК-1)
1. Международная реклама
2. Связи с общественностью и стимулирование продаж в международном маркетинге.
3. Прямой международный маркетинг
4. Международные ярмарки и выставки

Тема 2. Понятие и сущность международной рекламы (ПК-1 ПК-4)

1. Цели и задачи международной рекламы.
2. Особенности международной рекламы.
3. Процесс рекламной коммуникации.
4. Критерии эффективности рекламного сообщения и выбор рекламного носителя.

Тема 3. Организация рекламной деятельности на внешнем рынке (ПК-1, ПК-4)

1. Субъекты международной рекламной деятельности: понятие, виды (рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители, рекламополучатели - потребители рекламы), их характеристика.
2. Международные рекламные организации.

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Международные маркетинговые коммуникации: понятие и основные инструменты (ПК-1)
Организация и проведение международной выставки. Разработка плана выставочной деятельности
Эффект от выставочной деятельности

Тема 2. Понятие и сущность международной рекламы (ПК-1 ПК-4)

Особенности регулирования рекламой деятельности и торговых марок в отдельных странах .

Тема 3. Организация рекламной деятельности на внешнем рынке (ПК-1, ПК-4)

Рекламной деятельности ТНК (на примере конкретных ТНК)

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
Курсовые работы не предусмотрены

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Размещение работ не предусмотрено

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
не предусмотрено

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. Моргунов В.И., Моргунов С.В. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 180 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1091844>

2. Агабабаев М. С., Нестерова З. В., Жадько Е. А. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2018. - 118 – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/18/p491457.pdf>

3. Лашко С.И., Сапрыкина В.Ю. Международный бизнес: PR и рекламное дело [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Издательский Центр РИО, 2021. - 171 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1353317>

4. Воробьева И. В., Гончаренко Н. В., Губина М. А., Ерасова Е. А., Ефимова Е. Г., Капусткин В. И., Коваль А. Г., Кожанов Н. А., Ломагин Н. А., Лубочкин М. М., Лукичёва Т. А., Мокрушина А. А., Молчанов Н. Н., Назарова М. В., Нарезная Ю. А., Осипов С. В., Подоба З. С., Попова Л. В., Трофименко О. Ю. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 398 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489324>

5. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 507 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/490449>

Дополнительная литература:

1. Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. Основы интегрированных коммуникаций [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата. - Москва: Юрайт, 2021. - 486 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/484940>

2. Диденко Н. И., Скрипнюк Д. Ф. Международный маркетинг. Основы теории [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 153 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/490971>

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 Office 2016. 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.

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+. Срок действия лицензии до 31.12.2023

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.