

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.06.2023 14:03:50
Уникальный программный идентификатор:
24f866be2aca164840368cb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании кафедры

Утверждена
Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования
14 декабря 2022 г.
протокол № 4
Председатель



Карх Д.А.
(подпись)

23.11.2022 г.
протокол № 8
И.о.зав. кафедрой Головизнин А.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Правовое регулирование маркетинговой деятельности
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль	Маркетинг и брендинг
Форма обучения	очная
Год набора	2023
Разработана:	старший преподаватель Бурлака С.Н.

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	4
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	4
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
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

Изучение правовых основ регулирования маркетинговой деятельности и формирование представления о методах, формах и концепциях регулирования маркетинговой деятельности как неотъемлемой части конкурентных отношений и защиты экономических прав потребителей.

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 1						
Зачет с оценкой	144	24	8	16	120	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
организационно-управленческий	
ПК-5 Регулирование маркетинговой деятельности предприятия с учетом Российского и международного законодательств	ИД-1.ПК-5 Знать: ? Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность ? Законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций ? Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации ? Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации

ПК-5 Регулирование маркетинговой деятельности предприятия с учетом Российского и международного законодательств	ИД-2.ПК-5 Уметь: ? Анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения
	ИД-3.ПК-5 Иметь практический опыт: ? Анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 1		144					
Тема 1.	Понятие, предмет и источники правового регулирования маркетинговой деятельности (ПК -5)	10	1		1	8	
Тема 2.	Субъекты маркетинговой деятельности (ПК -5)	10	1		1	8	
Тема 3.	Правовое обеспечение маркетинговых исследований (ПК -5)	13	1		2	10	
Тема 4.	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций (ПК -5)	13	1		2	10	
Тема 5.	Правовое регулирование товарной политики в маркетинге (ПК -5)	15	1		2	12	
Тема 6.	Правовое регулирование ценообразования в маркетинге (ПК -5)	19	1		2	16	
Тема 7.	Правовое обеспечение каналов товародвижения (ПК -5)	19	1		2	16	
Тема 8.	Правовые гарантии свободы конкуренции и ограничения монополистической деятельности в сфере маркетинга (ПК -5)	23	1		2	20	
Тема 9.	Способы осуществления и защиты прав участников маркетинговой деятельности (ПК -5)	22			2	20	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			

T.1-3	Тестовое задание (Приложение 4)	Решение тестового задания	По 5 баллов за одно верно выполненное задание в варианте. $5*2=10$
T.4-6	Задачи (Приложение 4)	Решение задач	По 5 баллов за одну верно выполненную задачу. $5*2=10$
T.7-9	Реферат (Приложение 4)	Темы рефератов	До 7 баллов за реферат. $7*1=7$
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
1 семестр (ЗаО)	Билет к зачету с оценкой (Приложение 5)	билет предполагает наличие двух теоретических вопросов и одного практического	от 2 до 5 баллов в зависимости от глубины владения материалом, способности обосновать представленную позицию и привести практические примеры

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

<p>Тема 1. Понятие, предмет и источники правового регулирования маркетинговой деятельности (ПК - 5)</p> <p>Маркетинг как объект правового регулирования становления и развития правового регулирования маркетинга. Принципы правового регулирования маркетинговой деятельности. Источники правового регулирования маркетинга. Понятие и состав источников правового регулирования маркетинговой деятельности.</p>
<p>Тема 2. Субъекты маркетинговой деятельности (ПК -5)</p> <p>Юридические лица и индивидуальные предприниматели как субъекты маркетинговой деятельности: понятие и признаки. Создание, реорганизация и ликвидация субъектов маркетинговой деятельности.</p>
<p>Тема 3. Правовое обеспечение маркетинговых исследований (ПК -5)</p> <p>Информация как объект гражданских правоотношений. Основные понятия в области правового регулирования получения и исследования информации: документированная информация, информационные ресурсы, персональные данные, конфиденциальная информация. Правовые основы информационных ресурсов в сфере современного маркетинга.</p>
<p>Тема 4. Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций (ПК -5)</p> <p>Правовой статус посредников в канале товародвижения. Договор поручения в сфере товародвижения. Комиссия и консигнация как договоры посреднических услуг</p>
<p>Тема 5. Правовое регулирование товарной политики в маркетинге (ПК -5)</p> <p>Законодательство, определяющее правовой статус товара. Понятие товарной политики. Законодательство, обеспечивающее безопасность и уровень качества товара. Стандартизации цели и принципы. Документы в области стандартизации Сертификации продукции и услуг?: основные понятия, сертификат и знаки соответствия, виды сертификации. Правила и порядок проведения сертификации в Российской Федерации</p>
<p>Тема 6. Правовое регулирование ценообразования в маркетинге (ПК -5)</p> <p>Правовая регламентация свободных рыночных цен. Ответственность за нарушение законодательства, регулирующего ценообразование</p>
<p>Тема 7. Правовое обеспечение каналов товародвижения (ПК -5)</p> <p>Правовой статус посредников в канале товародвижения. Договор поручения в сфере товародвижения. Комиссия и консигнация как договоры посреднических услуг.</p>
<p>Тема 8. Правовые гарантии свободы конкуренции и ограничения монополистической деятельности в сфере маркетинга (ПК -5)</p> <p>Субъекты и основные понятия конкурентного законодательства. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке.</p>
<p>Тема 9. Способы осуществления и защиты прав участников маркетинговой деятельности (ПК -5)</p> <p>Основные понятия в области законодательства о защите прав потребителей: потребитель, изготовитель, исполнитель, продавец, существенный недостаток товара, безопасность товара, стандарт. Права потребителя, определенные в законе "О защите прав потребителей". Государственная и общественная защита прав потребителей. Ответственность субъектов маркетинговой деятельности за соблюдение норм добросовестной коммерческой деятельности.</p>

Тема 1. Понятие, предмет и источники правового регулирования маркетинговой деятельности (ПК - 5)

1. Сформулировать и раскрыть понятие маркетингового правоотношения: понятие, классификация, признаки.
2. Перечислить объекты маркетинговых правоотношений.
3. Перечислить основные источники регулирующие маркетинговые правоотношения

Тема 2. Субъекты маркетинговой деятельности (ПК -5)

Вопросы для рассмотрения:

1. Опишите особенности коммерческих организаций как субъектов маркетинговой деятельности.
2. Перечислите виды некоммерческих организаций - участников маркетинговой деятельности.
3. Определите роль физических лиц как участников маркетинговой деятельности

Тема 3. Правовое обеспечение маркетинговых исследований (ПК -5)

1. Сформулировать и раскрыть правовое понятие информации.
2. Перечислить и кратко охарактеризовать источники раскрывающие механизм правовой защиты коммерческой тайны.
3. Раскрыть понятие коммерческой тайны как разновидность маркетинговой информации.
4. Описать правовой режим государственная тайна. Коммерческая и служебная тайна: понятие и виды. Методы получения информации. Условия сохранности коммерческой тайны. Средства защиты коммерческой тайны

Тема 4. Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций (ПК -5)

Подготовить ответы на вопросы:

1. Раскройте правовой статус посредников при осуществлении маркетинговой деятельности.
2. Перечислите виды и формы посредничества при осуществлении маркетинговой деятельности.
3. Раскройте особенности правового регулирования агентирования как способа взаимодействия звеньев канала товародвижения.

Тема 5. Правовое регулирование товарной политики в маркетинге (ПК -5)

1. Сформулируйте определение товарного знака
 2. Раскройте функции и особенности правовой охраны товарного знака.
 3. Перечислите виды товарных знаков.
 4. Раскройте исключительные права владельца товарного знака.
- Охарактеризуйте особенности использования и защиты товарного знака.

Тема 6. Правовое регулирование ценообразования в маркетинге (ПК -5)

1. Перечислите и раскройте основные правила регулирования цен в России.
2. Раскройте правила определения цены в возмездных гражданско-правовых договорах.
3. Опишите порядок изменения цены в договорах.
4. Раскройте особенности регулирования цен на отдельные категории товаров.

Тема 7. Правовое обеспечение каналов товародвижения (ПК -5)

Подготовить ответы на вопросы:

1. Раскройте правовой статус посредников при осуществлении маркетинговой деятельности.
2. Перечислите виды и формы посредничества при осуществлении маркетинговой деятельности.
3. Раскройте особенности правового регулирования агентирования как способа взаимодействия звеньев канала товародвижения.

Тема 8. Правовые гарантии свободы конкуренции и ограничения монополистической деятельности в сфере маркетинга (ПК -5)

Вопросы:

1. Монополистическая деятельность и недобросовестная конкуренция в свете российского законодательства.
2. Современные монополии при осуществлении маркетинговых услуг

Тема 9. Способы осуществления и защиты прав участников маркетинговой деятельности (ПК -5)
Раскрыть полномочия федерального антимонопольного органа и федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг); органов местного самоуправления. Общественные объединения потребителей.

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Понятие, предмет и источники правового регулирования маркетинговой деятельности (ПК -5)

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Подготовить доклад на тему: Формирование понятия маркетинговой деятельности в современном мире

Тема 2. Субъекты маркетинговой деятельности (ПК -5)

1. Составить 10 тестов по рассматриваемой теме.

2. Подготовить доклад по теме: "Особенности участия физических лиц при осуществлении маркетинговой деятельности".

Тема 3. Правовое обеспечение маркетинговых исследований (ПК -5)

1. Составить 10 тестов по рассматриваемой теме.

2. Подготовить доклад по теме: "Правовые формы информационного обеспечения маркетинговой деятельности"

Тема 4. Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций (ПК -5)

1. Составить 10 тестов по рассматриваемой теме.

2. Подготовить доклад по теме: "Правовые формы посредничества при обеспечении маркетинговой деятельности".

Тема 5. Правовое регулирование товарной политики в маркетинге (ПК -5)

1. Составить 10 тестов по рассматриваемой теме.

2. Подготовить доклад по теме: "Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара".

Тема 6. Правовое регулирование ценообразования в маркетинге (ПК -5)

1. Составить 10 тестов по рассматриваемой теме.

2. Подготовить доклад по теме: "Особенности цены, определяемой условиями поставки в соответствии с правилами ИНКОТЕРМС"

Тема 7. Правовое обеспечение каналов товародвижения (ПК -5)

1. Составить 10 тестов по рассматриваемой теме.

2. Подготовить доклад по теме: "Правовые формы посредничества при обеспечении маркетинговой деятельности".

Тема 8. Правовые гарантии свободы конкуренции и ограничения монополистической деятельности в сфере маркетинга (ПК -5)

1. Составить 10 тестов по рассматриваемой теме.

2. Подготовить доклад по теме: "Правовые формы информационного обеспечения маркетинговой деятельности".

Тема 9. Способы осуществления и защиты прав участников маркетинговой деятельности (ПК -5)

Подготовить доклад по теме:

"Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей".

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
материалы не размещаются

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. Голова А.Г. Управление продажами [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 278 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093501>

2. Ручкина Г. Ф., Ашмарина Е. М. Предпринимательское право. Правовое регулирование отдельных видов предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 553 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/477732>

3. Белов В. А. Торговое (коммерческое) право: литературная энциклопедия. Книга 5. Удинцев, Гольмстен, Нерсесов, Петражицкий, Каминка, Азаревич, Нефедьев, Барац, Шершеневич (1893 — 1899) [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 449 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/509816>

Дополнительная литература:

1. Ефимова О. В. Предпринимательское право. [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 318 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450502>

2. Булатецкий Ю. Е., Рассолов И. М., Бабурин С. Н. Коммерческое право. [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 448 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/449837>

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:

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

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

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

Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2023

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

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 (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.