МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.01.02
(индекс дисциплины)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 017804780049AF848E43F1EC2D4B4CC120
Владелец: Искосков Максим Олегович
Действителен: с 10.11.2022 до 10.11.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технология развития бизнеса 2
(наименование дисциплины)

по направлению подготовки (специальности)
38.03.03 Управление персоналом

направленность (профиль)/специализация
Управление персоналом

Форма обучения: очно-заочная

Год набора: 2023

Общая трудоемкость: 4 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	2	**Итого**
Форма контроля / **Вид занятий**	экзамен	
Лекции		
Лабораторные		
Практические	6	6
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		
Промежуточная аттестация	0,35	0,35
Контактная работа	6,35	6,35
Самостоятельная работа	102	102
Контроль	35,65	35,65
Итого	144	144

Рабочую программу составил(и):

доцент, к.э.н. Данилова С.Ю.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:

☐ Отсутствует

☐ Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки (специальности) 38.03.03 Управление персоналом

Срок действия рабочей программы дисциплины до «31» августа 2028 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании института финансов, экономики и управления (протокол заседания № 1 от 31.08.2022).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов базовые знания по предмету, способствовать изучению основных понятий, подходов к управлению и развитию персонала, кадровому учету и обеспечению кадровой безопасности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: на знаниях

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Этика деловых отношений Преддипломная практика.

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	**Индикаторы достижения компетенций** (код и наименование)	**Планируемые результаты обучения**
ПК-1 Способен определять критерии поиска, привлечения, подбора и отбора персонала, а также собирать, анализировать и структурировать информацию о кандидатах и предложениях на рынке труда	ПК-1.1 Способен с учетом потребностей рынка осуществлять подбор и отбор персонала, а также проводить анализ информации о кандидатах	Знать: порядок формулирования содержания проекта
		Уметь: описывать и проектировать процессы проекта и осуществлять подбор и отбор персонала согласно требованиям
		Владеть: навыками определять критерии поиска, привлечения, подбора и отбора персонала, а также собирать, анализировать и структурировать информацию о кандидатах и предложениях на рынке труда с учетом проекта

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль 1 Бухгалтерский учет, анализ и аудит	Пр1	Организация работы с документами	2			-	
	Пр2	Первичные учетные документы, применяемые в бухгалтерском учете и порядок заполнения авансового отчета и	2	2	20		Учебные задания проверяемые вручную 1
	Ср	Самостоятельная работа	2	20			
Модуль2. Кадровая безопасность	Пр3	Современные технологии управления карьерой	2				
	Пр4	Формирование кадрового резерва организации	2		20	-	Учебные задания проверяемые вручную 2
	Ср	Самостоятельная работа	2	20			
	Пр5	Методы сбора информации при проведении маркетингового исследования для принятия управленческих решений	2				

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль 3. Маркетинг	Пр6	Основы анализа данных и представления результатов, полученных при проведении маркетингового исследования	2	2	20		Учебные задания проверяемые вручную 3
	Ср	Самостоятельная работа	2	20			
Модуль 4. Digital маркетинг	Пр7	Понятие digital-маркетинга и визуальных коммуникации	2		10		Учебные задания проверяемые вручную 4
	Пр8	Роль и значение визуальных коммуникаций в маркетинге	2		10		Учебные задания проверяемые вручную 5
	Ср	Самостоятельная работа	2	20			
Модуль 5. Коммерческий отдел	Пр9	Контекстная реклама и особенности ее создания	2				
	Пр10	Бренд-менеджмент	2				
	Пр11	Создание MVP и прототипирование	2	2	20		Учебные задания проверяемые вручную 6

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	Ср	Самостоятельная работа	2	22			
Промежуточная аттестация	ПА		2	0,35		-	-
Контроль	К	Экзамен	2	35,65			Итоговое тестирование
			Итого:	**144**	**100**		

5. Образовательные технологии

С целью формирования компетенций у студентов в учебном процессе используется технология дистанционного обучения.

6. Методические указания по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написания конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текс из источника и др.). Прослушивание аудио – и видеозаписей по заданной теме, решение, кейс-задач и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
2	ПК-1	*Тестовые задания №* *Вопросы к зачету №1-72* *Учебные задания проверяемые вручную 1-6*

7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

7.2.1. Практическое задание

Тема 1. Современные технологии управления карьерой

Цель занятия: рассмотреть и предложить ситуации по характеристике видов карьеры. Общая информация: В зависимости от направления реализации выделяют такие основные типы карьеры как: вертикальная, горизонтальная, ступенчатая, центростремительная. Задание На основании представленной информации охарактеризовать основные типы карьеры и привести примеры. Вертикальная карьера характеризуется подъемом на более высокую ступень структурной иерархии, что означает повышение в должности и рост заработной платы. Горизонтальная карьера предполагает либо перемещение в другую функциональную область деятельности, либо выполнение определенной служебной роли на ступени, не имеющей жесткого формального закрепления в организационной структуре. Ступенчатая карьера - это тип карьеры, который совмещает в себе элементы горизонтального и вертикального типа. Продвижение работника может осуществляться посредством чередования вертикального роста с горизонтальным. Центростремительная карьера проявляется менее очевидно. Она характеризуется продвижением к ядру организации, центру управления, более глубоким включением в процессы принятия решений. Специалисты по управлению персоналом выделяют и другие типы карьеры. Например, в зависимости от степени и характера влияния организационных процессов на карьерное продвижение выделяют: ситуационную карьеру, системную карьеру и карьеру «от развития объекта». Ситуационная карьера формируется в силу действия ситуационных факторов, без использования механизмов планирования карьеры. Системная карьера считается признаком современного уровня кадрового менеджмента. Ее главные признаки:создание организационных предпосылок для планирования карьеры; исключение случайных факторов в формировании карьеры работников; формирование политики управления карьерой; обучение специалистов служб персонала современным методам карьерного менеджмента.

Тема 2. Формирование кадрового резерва организации

Составить глоссарий по терминам и основным понятиям используемы при работе с резервом: резерв персонала; отбор персонала в резерв; расстановка; типы кадрового резерва; методология формирования кадрового резерва, принципы формирования и источники кадрового резерва. Построить структурно - логическую схему взаимосязей между указаными понятиями устный опрос , примерные вопросы: 1. Сформулируйте цели формирования и развития кадрового резерва 2. Какие задачи позволяет решить использование института кадрового резерва различные подходы к вопросам организации работы с кадровым резервом Варианты: 1. Опишите институт кадрового резерва организации 2.Сформулируйте цель и место работы с резервом в системе управления персоналом. 3. Опишите источники формирования кадрового резерва. 4. Сформулируйте критерии формирования и использования кадрового резерва организации. 5. Раскройте понятие социальная база кадрового резерва организации. 6. Структурийте технологии теоретическая подготовка ?резервистов? 7. Опишите формы и методы практической подготовки кадрового резерва. 8. Сформулируйте принципы формирования кадрового резерва?

Процедура оценивания

1. Полнота и правильность выполнения работы.
2. Правильность проведенного расчета.

Критерии оценки:

20 баллов. Выполнено комплексное задание без замечаний. Работа предоставляется в срок, в соответствии с заданием и условием выполнения от преподавателя

10 баллов. Выполнено комплексное задание с небольшими замечаниями. Работа предоставляется в срок, в соответствии с заданием и условием выполнения от преподавателя

5 баллов. Выполнено комплексное задание, однако имеются существенные замечания. Работа предоставляется в срок, в соответствии с заданием и условием выполнения от преподавателя.

0 баллов. Выполнено комплексное задание, однако имеются критические замечания. Работа предоставляется в срок, в соответствии с заданием и условием выполнения от преподавателя.

Контекстная реклама и особенности ее создания

1. Подбор ключевых слов/фраз

Грамотно подбирайте ключевые слова, ведь ключевые слова/фразы – это запросы, которые пользователи ищут в поисковой системе. К примеру, «как выучить английский язык», «купить телефон», «разработать сайт »

Подберите различные запросы по тематике вашего сайта.

Несколько советов по подбору ключевых слов:

используйте запросы, которые точно характеризуют товар ;

избегайте запросов, которые употребляются в широком смысле (существует зависимость от тематики сайта)

Например

купить квартиру ;

купить квартиру в Самаре

В первом случае на сайт будут переходить люди, которые интересуются покупкой квартиры и в Самаре и в Тольятти и в другом городе.

Во втором случае к вам на сайт будут переходить только люди, заинтересованные покупкой квартиры только в Самаре.

используйте синонимы и словоформы. Например: детская игрушка = игрушка для ребенка = игрушка для малыша;

подбирайте запросы, ориентируясь на частоту их показов (сколько раз запрашивалось конкретное ключевое слово/фраза в месяц).

Принято выделять три уровня частоты показов: высоко частотные (ВЧ) более 2000 раз в месяц, средне частотные (СЧ) 1000-2000 раз в месяц, низкочастотные до 1000 раз в месяц. Как правило, НЧ запросы приводят больше целевых пользователей, чем ВЧ запросы.

Бонус: В подборе ключевых слов/фраз вам поможет сервис — http://wordstat.yandex.ru .

2. Мониторинг и анализ конкурентов.

Главная цель: выделить общие свойства в написании рекламных текстов конкурентами, и сделать отстройку от них, а также увидеть как делать не надо.

3. Правила составления объявлений, характерные для сервисов контекстной рекламы.

В России выделяются три сервиса: Яндекс.Директ, Google.Adwords и Бегун. Есть общие для всех правила, а есть дополнительные у каждого.

Бренд-менеджмент

Практическое занятие №1. История брендов. Выбор современных потребителей.

Вопросы: 1. Корпорация как бренд (Nokia)

2. Сеть розничной торговли как бренд (Victoria's secret)

3. Продукт длительного использования. Бренды в автомобильной промышленности (Mercedes-Bens)

4. Обслуживание бренд-уровня (авиакомпания SAS)

5. Виртуальные СМИ как бренд. (Amazon)

6. Индивидуальное обслуживание как бренд (Schwab)

7. Работодатель как бренд (IBM)

8. Супермаркет как бренд (Mall of America)

9. Место как бренд (Pike place market в Сиэтле)

10. Мероприятие как бренд (Оскар)

11. Организация как бренд (Greenpeace)

12. Политическая партия как бренд (демократы в Америке)

13. Основатель компании как бренд (Virgin Atlantic Airways)

Практическое занятие №2. Стратегия бренда. Определение целевых потребителей. Структура обещаний бренда.

Вопросы: 1. Способы идентификации целевых потребителей бренда.

2. Способы и методы, позволяющие изучить социология поведения потребителей бренда.

3. Параметры сегментации рынка потребителей бренда.

4. Структура основных и дополнительных выгод (обещаний) бренда. Задание:

Кейс-задача №2. Проанализируйте потребительские желания и определите точки контакта с предполагаемыми потребителями: чувственные, ментальные и эмоциональновпечатлительные, а также сформулируйте их на языке психологического и/или социального использования.

Условие 1: компания пытается внедрить мобильные телефоны в среду религиозного населения, ограниченного в финансовых средствах. До этого все пользовались исключительно домашними телефонами и отказывались приобретать мобильные телефоны.

Условие 2: компания пытается внедрить оливковое масло как соус к салатам.

Условие 3: компания пытается внедрить деревянные игрушки в дошкольные учреждения как методический элемент развития мелкой моторки детей.

Условие 4: компания пытается внедрить емкостные контейнеры для сбора бытовых отходов в домашних условиях.

Бренд-менеджмент

Ответьте развернуто на вопросы:

1. Дайте характеристику элементам организационной культуры брендменеджмента предприятия (организации).
2. Выберите одну из категорий товаров и ответьте на вопросы – кто пользуется товаром, каковы позиции конкурирующих марок, каковы тенденции и перспективы торговой марки.
3. Основные правила создания сильной торговой марки.
4. Обязанности бренд-менеджера и корпоративная культура.
5. Брендинг в области культуры и политики.
6. Бренд в розничной торговле.

Практическое задание 8
Тема 8. Создание MVP и прототипирование.

Напишите эссе по MVP

Что такое MVP

Создание MVP: пошаговое руководство
Этап 1. Определить проблему пользователя
Этап 2. Определить ядро целевой аудитории
Этап 3. Изучить конкурентов
Этап 4. Провести SWOT-анализ
Этап 5. Определить путь пользователя
Этап 6. Определить основные функции будущего продукта
Этап 7. Выбрать методологию разработки
Этап 8. Протестировать продукт
Запуск продукта
Оценка MVP и доработка продукта

Рекомендации по выполнению задания.

Объём эссе – 2-3 листа машинописного текста, формата А4, шрифт Times New Roman, 1,5 интервал, кегль 12.

Оригинальность итоговой работы должна быть не ниже 70% (проверка в системе Антиплагиат).

Структура эссе определяется предъявляемыми требованиями:

– мысли автора по проблеме излагаются в форме кратких тезисов (Т);

– мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы (А). Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др.

– эссе должно иметь кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

1. вступление
2. тезис
3. аргументы
4. заключение.

При написании важно также учитывать следующие моменты:

– Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).

Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

Процедура оценивания

1. Полнота и правильность выполнения работы.
2. Правильность проведенного расчета.

Критерии оценки:

20 баллов. Выполнено комплексное задание без замечаний. Работа предоставляется в срок, в соответствии с заданием и условием выполнения от преподавателя

10 баллов. Выполнено комплексное задание с небольшими замечаниями. Работа предоставляется в срок, в соответствии с заданием и условием выполнения от преподавателя

5 баллов. Выполнено комплексное задание, однако имеются существенные замечания. Работа предоставляется в срок, в соответствии с заданием и условием выполнения от преподавателя.

0 баллов. Выполнено комплексное задание, однако имеются критические замечания. Работа предоставляется в срок, в соответствии с заданием и условием выполнения от преподавателя.

7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Семестр_2

№ п/п	Вопросы
1	Этапы отбора претендентов на вакантную должность
2	Технология подбора персонала
3	Порядок проведения собеседования при отборе
4	Сущность и виды адаптации персонала.
5	Оценочное интервью
6	Понятие и сущность принципов управления персоналом
7	Факторы среды управления персоналом.
8	Актуальность проблемы управления персоналом предприятия.
9	Задачи и виды профориентации персонала
10	Требования к переподготовке сотрудников
11	Повышение квалификации и его отличие от других видов обучения
12	Способы выявления потребностей в обучении
13	Понятие и сущность кадрового резерва
14	Кадровый учет: понятие, порядок ведения
15	Технологии управления карьерой
16	Сущность предпринимательской деятельности.
17	Возникновение, понятие и содержание предпринимательства.
18	Цели, задачи и функции предпринимательства.
19	Субъекты и объекты предпринимательской деятельности.
20	Субъекты и элементы процесса предпринимательства.
21	Государственное регулирование предпринимательской деятельности.
22	Нормативно-правовые акты в сфере предпринимательской деятельности.
23	Виды и формы предпринимательской деятельности.
24	Производственное предпринимательство.
25	Коммерческое предпринимательство.
26	Финансовое предпринимательство.
27	Посредническая предпринимательская деятельность.
28	Консультативное предпринимательство.
29	Социальное предпринимательство.
30	Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
31	Объединения предпринимателей.
32	Личностные качества предпринимателя.
33	Сущность культуры предпринимательства.
34	Корпоративная культура предпринимательских структур.
35	Предпринимательская этика и этикет.
36	Предпринимательская тайна и ее защита.
37	Налогообложение в предпринимательской деятельности.
38	Сущность предпринимательского риска.
39	Функции и классификация предпринимательского риска.
40	Сущность, функции и роль денег в рыночной экономике
41	Фомы и виды денег
42	Денежное обращение: сущность, наличное и безналичное обращение
43	Денежная масса. Закон денежного обращения. Скорость оборота денег
44	Денежная система России
45	Инфляция
46	Экономическая сущность и функции финансов

47	Финансовая система России
48	Налог: понятие и принципы налогообложения
49	Налоговая система Российской Федерации
50	Сущность и функции государственного кредита
51	Территориальные внебюджетные фонды
52	Финансовый контроль: формы и методы проведения
53	Особенности создания рекламных баннеров для логистических компаний
54	Особенности создания рекламных баннеров для компаний в области закупок
55	Особенности инвестиционных презентаций
56	Роль SMM в компании
57	Понятие бренда
58	Атрибуты бренда
59	Типографика в рекламных кампаниях
60	Типографические модульные сетки
61	Коммуникационная стратегия для развития бизнеса
62	Вербальная идентификация бренда для развития бизнеса
63	Невербальная идентификация бренда для развития бизнеса
64	Инфографика для бизнеса
65	Рекламные макеты
66	Таргетированная реклама
67	Особенности и возможности социальных сетей для развития бизнеса
68	Маркетплейсы
69	Особенности использования и применения Power Point для бизнеса
70	Анимированная инфографика в Power Point
71	Графики, скрайбинг и схематизация в бизнесе
72	Позиционирование в Интернете

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Форма проведения промежуточной аттестации	**Семестр**	**Критерии и нормы оценки**	
Экзамен	2	«отлично»	Студент набрал 85 и более баллов по накопительному рейтингу
		«хорошо»	Студент набрал от 70 до 84 баллов по накопительному рейтингу
		«удовлетворительно»	Студент набрал от 55 до 69 баллов по накопительному рейтингу
		«неудовлетворительно»	Студент набрал 54 и менее баллов по накопительному рейтингу

В случае если студент не согласен с результатами накопительного рейтинга он имеет право сдать экзамен устно по вопросам к промежуточной аттестации и сформированным на их основе билетам

Критерии оценки за устный экзамен

1. Оценка «отлично» выставляется в случае если студент отвечая на вопрос свободно оперирует терминологией, грамотно строит свою речь, ответ основан на изучении не только учебной, но и научной литературы и носит осмысленный характер, а не характер «зазубривания», при этом студент должен высказывать собственную позицию по наиболее спорным вопросам. Студент полностью раскрывает поставленный вопрос и отвечает на дополнительный вопросы.

2. Оценка в «хорошо» выставляется в случае, если студент, отвечая на вопрос свободно оперирует терминологией, но «допускает» незначительные погрешности, ответ основан на изучении не только учебной, но и научной литературы, однако студент затрудняется высказать собственную позицию по наиболее проблемным вопросам и допускает незначительные стилистические погрешности при построении ответа на вопрос. Студент практически полностью раскрывает поставленный вопрос.

3. Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если ответ носит реферативный характер и основан на изучении только учебной литературы.

4. Оценка «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если студент не отвечает на вопрос, либо ответ носит характер «обрывочных» знаний. Студент фактически не ориентируется в вопросе.

Процедура оценивания

Перед началом экзамена преподаватель предлагает взять один из билетов. На подготовку дается 30 минут. Билет содержит два вопроса. После чего студент излагает ответы на вопросы. Преподаватель может задавать наводящие и дополнительные вопросы. После ответов преподаватель объявляет оценку студентов с указанием допущенных ошибок (если таковые имелись)

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Елкин, С. Е.	Управление персоналом организации. Теория управления человеческим развитием	Учебное пособие	2019	https://www.iprbookshop.ru/86681 (дата обращения: 06.09.2021).
2	Свистунова, И. Г.	Управление персоналом	Учебное пособие	2018	https://www.iprbookshop.ru/93162.html (дата обращения: 06.09.2021).
3	Дианова В. А.	Маркетинговые исследования	учеб. пособие	2018	ЭБС «IPRbooks»
4	Скляр Е. Н.	Маркетинговые исследования	практикум	2020	ЭБС «ZNANIUM.COM»
5	Каратаева, О. Г.	Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]:	Учебное пособие	2018	IPR BOOKS

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент // [Электронный ресурс] сайт -Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru;
- Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: http://www.gks.ru;
- Каталог учебников, оборудования, электронных ресурсов [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: http://ndce.edu.ru;
- Университетская информационная система «Россия»: ресурсы и сервисы для экономических и социальных исследований, учебных программ и государственного управления [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp;
- Журнал «Вопросы экономики» // [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: http://www.vopreco.ru.

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно
2	Office Standart	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно; Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия - бессрочно
3	Mirapolis Human Capital Management	№ 42/02/22-К

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1	Аудитория веб-конференций. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (УЛК-807).	Экран телевизионный, ширмы, прожектор на штативе. стол преподавательский, стулья преподавательские., транспарант-перетяжка, системный блок .
2	Аудитория веб-конференций. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения	Стол преподавательский, экран телевизионный, роутер, стойка для телевизора, веб-камера, транспарант-перетяжка, ширма, наушники,

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
	занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации (Э-705)	компьютер с выходом в Интернет.
3	Помещение для самостоятельной работы обучающихся. (Г-401)	Столы, стулья, компьютеры