

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ЧИТИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Утверждаю:
И.о. директора



Н.В. Раевский

«12» ноября 2015 г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.У.3 Конкурентоспособность и брендинг территории

Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль): Система государственного и муниципального управления

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочная

	заочная ФО
Курс	2
Семестр	2.2
Лекции (час)	14
Практические (сем., лаб.) занятия (час)	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	130
Курсовая работа (час)	-
Всего часов	144
Зачет (семестр)	2.2
Экзамен (семестр)	-

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры финансы и управление

24 ноября 2025 г. протокол № 3

Зав. кафедрой
С.Л. Курьянова
24 ноября 2025 г.

(подпись)

Рабочая программа согласована:
Зав. кафедрой финансы и управление
С.Л. Курьянова
30 ноября 2025 г.

(подпись)

Чита, 2025

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению *38.04.04*
Государственное и муниципальное управление

Автор (ы)

к.э.н. , доцент

С.Л. Курьянова

1. Цели изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются:

- формирование у студентов современного представления о маркетинговой деятельности и

возможностях развития территории на основе маркетингового подхода;

Задачами освоения дисциплины являются:

-изучений концепций маркетинга применительно к территориям;

-освоение основ формирования и повышения конкурентоспособности территорий;

- использование методологии позиционирования и брендинга территорий для организации

деятельности по обеспечению конкурентоспособности территорий

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

<i>Код компетенции по ФГОС ВО</i>	<i>Компетенция</i>
ПК-2	Способен применять модели, технологии и инструменты территориального развития, вырабатывать стратегические направления экономического, социального, пространственного развития территорий, организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий

Структура компетенции

<i>Компетенция</i>	<i>Формируемые ЗУНы</i>
ПК-2 Способен применять модели, технологии и инструменты территориального развития, вырабатывать стратегические направления экономического, социального, пространственного развития территорий, организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий	З. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий У. Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности территорий

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.У.3 «Конкурентоспособность и брендинг территории» входит в Блок «Б1 дисциплины (модули)»

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Макроэкономическая политика государства", "Научные исследования в сфере публичного управления", "Современные тенденции мировых политических процессов", "Теория и механизмы современного государственного и муниципального управления", "Стратегическое планирование деятельности органа публичного управления",

"Региональная политика и управление развитием территорий", "PR- и GRтехнологии в государственном и муниципальном управлении"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (заочная ФО)
Контактная (аудиторная) работа	
Лекции	14
Практические (сем., лаб.) занятия	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	130
Всего часов	144

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат.Пра ктич.	Самостоят. раб.	В интеракти вной форме	Формы текущего контроля успеваемости и
1	Теоретические основы конкуренции территорий		4	0	43,5		1. Сравнительный анализ понятий конкурентоспособности товара и конкурентоспособности территории
1.1	Теоретические основы конкуренции территорий	2.2	4	-	43,5		Уо
2	Управление конкурентоспособностью территорий		6	0	43,5		2. Эссе на тему «Роль органов власти в повышении конкурентоспособности территории»

							3. Стратегическое видение и миссия территории. 4. SWOT анализ территории. 5. Стратегический маркетинг территории
2.1	Управление конкурентоспособностью территорий	2.2	6	-	43,5		Уо
3	Брендинг территорий		4	0	43		6. Брендинг территории: анализ. 7. Брендинг территории: разработка
3.1	Брендинг территорий	2.2	4	-	43		Уо
	ИТОГО		14	0	130		

***Формы текущего контроля успеваемости (оценочные средства):**

Уо -устный опрос, собеседование

КО -коллоквиум, конференция

Л -лабораторная работа

ДИ -деловая игра

СЗ -ситуационные задания

К -контрольные работы

Т -тестирование

РЗ -решение задач

РГ -расчетно-графическая работа

ЭС -эссе

Р -реферат

УИ -учебное исследование

П -прочие

Э -экзамен

З -зачет

КР -курсовая работа

О -отчет

Г -государственный итоговый экзамен

ВКР -выпускная квалификационная работа

По -письменный опрос

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№	Наименование разделов и	Содержание
---	-------------------------	------------

п/п	тем	
1.	Теоретические основы конкуренции территорий	Конкуренция территорий. Понятие конкурентоспособности. Конкурентоспособность товаров и конкурентоспособность территорий. Особенности конкуренции территорий в условиях глобализации
2.	Теоретические основы конкуренции территорий	Оценка конкурентоспособности территорий. Рейтинги национальной конкурентоспособности. Рейтинги регионов России. Рейтинги городов России
3.	Управление конкурентоспособностью территорий	Факторы (параметры) конкурентоспособности территорий. Теории управления конкурентоспособностью территории
4.	Управление конкурентоспособностью территорий	Инструменты стратегического управления конкурентоспособностью территорий.
5.	Управление конкурентоспособностью территорий	Пространственные формы развития и повышения конкурентоспособности территорий.
6.	Брендинг территорий	Маркетинг территорий. Комплекс маркетинг-микс территории. Стратегический маркетинг территории. Конкурентные стратегии развития территории
7.	Брендинг территорий	Позиционирование и дифференциация территории. Бренд территории. Бренд-стратегии территорий. Ребрендинг территорий

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
------------------	-------------------------------

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	ЗУНы (З.1...З.n, У.1...У.n, Н.1...Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной
-------	---	---	--	--	--

				освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	шкале)
1	Теоретические основы конкуренции территорий	ПК-2	3.Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности и территорий	1. Сравнительный анализ понятий конкурентоспособности и товара и конкурентоспособности и территории	корректность и полнота сравнения - до 10 б. (10)
2	Управление конкурентоспособностью территорий	ПК-2	3.Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности и территорий 3.Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности и территорий У.Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий Н.Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности и территорий 3.Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности и территорий У.Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий	2. Эссе на тему «Роль органов власти в повышении конкурентоспособности и территории» 3. Стратегическое видение и миссия территории 4. SWOT-анализ территории 5. Стратегический маркетинг территории	адекватность оценок и выводов - до 5 б. (5) адекватность и реалистичность предложений - до 10 б. (10) полнота анализа - до 10 б., корректность и реалистичность предложений - до 10 б. (20) полнота и реалистичность разработок - до 25 б. (25)

			<p>Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности и территорий</p> <p>З. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности и территорий</p> <p>У. Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий</p> <p>Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности и территорий</p>		
3	Брендинг территорий	ПК-2	<p>З. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности и территорий</p> <p>У. Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий</p> <p>Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности и территорий</p> <p>З. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности и территорий</p>	<p>6. Брендинг территории: анализ</p> <p>7. Брендинг территории: разработка</p>	<p>корректность и полнота анализа - до 15 б.</p> <p>(15) корректность и реалистичность предложений - до 15 б.</p> <p>(15)</p>

			У. Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности и территорий		
4	Итого по текущей аттестации	ПК-2	3. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий У. Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности территорий		100
5	Промежуточная аттестация	ПК-2	3. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий У. Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности территорий	зачет	100

			конкурентоспо- соби территорий		
--	--	--	--------------------------------------	--	--

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 2.2 .

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий:

Корректность ответов - до 40 б..

Компетенция: ПК-2 Способен применять модели, технологии и инструменты территориального развития, вырабатывать стратегические направления экономического, социального, пространственного развития территорий, организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий

Знание: Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий

1. Бренд-стратегии территорий.
2. Индекс глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума (WEF).
3. Инструменты и этапы разработки и механизмы внедрения бренда в городскую среду и коммуникации.
4. Инструменты стратегического управления конкурентоспособностью территорий.
5. Комплекс маркетинг-микс территории.
6. Конкурентные стратегии развития территории.
7. Конкуренция территорий: история, суть, примеры.
8. Концепция позиционирования территории.
9. Направления брендинга территорий: туристический, глобальный брендинг.
10. Основные виды брендинга территорий: городской, региональный, страновой и национальный брендинг
11. Основные стратегии и функции ребрендинга территории.
12. Особенности конкуренции территорий в условиях глобализации.
13. Особенности управления территориальным брендом.
14. Оценка конкурентоспособности территорий. Рейтинги национальной конкурентоспособности.
15. Понятие конкурентоспособности. Конкурентоспособность товаров и конкурентоспособность территорий.
16. Пространственные формы развития и повышения конкурентоспособности территорий: кластер, технологический парк, ТПК, ОЭЗ, ТОР (ТОСЭР), интеграционные объединения и др.
17. Рейтинг глобальной конкурентоспособности Института управленческого развития (IMD).
18. Рейтинги регионов России. Рейтинги городов России.
19. Стратегии маркетинга территорий.
20. Стратегический маркетинг территории.
21. Теории управления конкурентоспособностью территории: кластерная теория М. Портера.
22. Теории управления конкурентоспособностью территории: теория маркетинга Ф. Котлера
23. Теории управления конкурентоспособностью территории: теория смены технологических укладов С.Ю. Глазьева и Г.Г. Малинецкого.
24. Территориальный бренд как инструмент инвестиционной привлекательности и бизнескоммуникаций территории.
25. Факторы (параметры) конкурентоспособности территорий

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Правильно

выполненное задание - до 30 б..

Компетенция: ПК-2 Способен применять модели, технологии и инструменты территориального развития, вырабатывать стратегические направления экономического, социального, пространственного развития территорий, организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий

Умение: Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий

Задача № 1. Ребрендинг территории

Задача № 2. Стратегия маркетинга территории

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Правильно выполненное задание - до 30 б.

Компетенция: ПК-2 Способен применять модели, технологии и инструменты территориального развития, вырабатывать стратегические направления экономического, социального, пространственного развития территорий, организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий

Навык: Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности территорий

Задание № 1. Диагностика конкурентоспособности

Задание № 2. Ромб конкурентоспособности

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации Читинский
институт (филиал) Федерального
государственного бюджетного
образовательного учреждения
высшего образования
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ЧИ ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 38.04.04
Государственное и муниципальное
управление
Профиль - Система
государственного и
муниципального управления
Кафедра финансы и управление
Дисциплина -
Конкурентоспособность и
брендинг территории

БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).

2. Стратегия маркетинга территории (30 баллов).

3. Ромб конкурентоспособности (30 баллов)

Составитель _____ С.Л. Курьянова
Заведующий кафедрой _____ С.Л. Курьянова

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Корректность ответов - до 40 б.

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Правильно выполненное задание - до 30 б.

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Правильно выполненное задание - до 30 б.

Образцы тестов, заданий

Задача № 1. Ребрендинг территории

Задача № 2. Стратегия маркетинга территории

Задание № 1. Диагностика конкурентоспособности

Задание № 2. Ромб конкурентоспособности

Перечень вопросов к зачету (экзамену)

1. Бренд-стратегии территорий.
2. Индекс глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума (WEF).
3. Инструменты и этапы разработки и механизмы внедрения бренда в городскую среду и коммуникации.
4. Инструменты стратегического управления конкурентоспособностью территорий.
5. Комплекс маркетинг-микс территории.
6. Конкурентные стратегии развития территорий.
7. Конкуренция территорий: история, суть, примеры.
8. Концепция позиционирования территории.
9. Направления брендинга территорий: туристический, глобальный брендинг.
10. Основные виды брендинга территорий: городской, региональный, страновой и национальный брендинг
11. Основные стратегии и функции ребрендинга территории.
12. Особенности конкуренции территорий в условиях глобализации.
13. Особенности управления территориальным брендом.
14. Оценка конкурентоспособности территорий. Рейтинги национальной конкурентоспособности.
15. Понятие конкурентоспособности. Конкурентоспособность товаров и конкурентоспособность территорий.
16. Пространственные формы развития и повышения конкурентоспособности территорий:
кластер, технологический парк, ТПК, ОЭЗ, ТОР (ТОСЭР), интеграционные объединения и др.
17. Рейтинг глобальной конкурентоспособности Института управленческого развития (IMD).
18. Рейтинги регионов России. Рейтинги городов России.
19. Стратегии маркетинга территорий.
20. Стратегический маркетинг территории.
21. Теории управления конкурентоспособностью территории: кластерная теория М. Портера.
22. Теории управления конкурентоспособностью территории: теория маркетинга Ф. Котлера
23. Теории управления конкурентоспособностью территории: теория смены технологических укладов С.Ю. Глазьева и Г.Г. Малинецкого.
24. Территориальный бренд как инструмент инвестиционной привлекательности и бизнескоммуникаций территории.
25. Факторы (параметры) конкурентоспособности территорий

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. 1 Побединская, Е. А. Технологии брендинга территории : курс лекций / Е. А. Побединская, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018 — 98 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR

SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92765.html> (дата обращения: 30.10.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. 2 Хамаганова, К. В. Основы брендинга : учебное пособие / К. В. Хамаганова. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2022 — 130 с. — ISBN 978-5-7937-2058-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140154.html> (дата обращения: 30.10.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. 3 Артемова, С. А. Основы теории конкурентоспособности : учебное пособие / С. А. Артемова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021 — 169 с. — ISBN 978-5-4497-1182-3 — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108240.html> (дата обращения: 30.10.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/108240>

б) дополнительная литература:

1. 1 Устойчивое социально-экономическое развитие регионов на основе конкурентоспособности: отраслевой аспект : коллективная монография / О. А. Борисова, Н. Я. Головецкий, И. Б. Выпрямкина [и др.] ; под редакцией О. А. Борисовой, И. Б. Выпрямкиной. — 2-е изд. — Москва : Научный консультант, 2024 — 230 с. — ISBN 978-5-9908478-3-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140439.html> (дата обращения: 31.10.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. 2 Фирсова, О. А. Продвижение бренда города на примере III литературной столицы России - города Орёл : курс лекций / О. А. Фирсова. — Орел : Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2019 — 57 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95417.html> (дата обращения: 30.10.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. 3 Хамаганова, К. В. Бренд-менеджмент : учебное пособие / К. В. Хамаганова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2023 — 125 с. — ISBN 978-5-7937-2279-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140105.html> (дата обращения: 30.10.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. 4 Эскиев, М. А. Бренд-менеджмент / М. А. Эскиев. — Грозный : Чеченский государственный университет, 2024 — 110 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/147939.html> (дата обращения: 30.10.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/147939>

5. 5 Соколова, Н. Г. Исследование и совершенствование методики формирования бренда города : монография / Н. Г. Соколова, Л. С. Опалева. — Саарбрюккен : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014 — 101 с. — ISBN 978-3-659-16198-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/54499.html> (дата обращения: 30.10.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) интернет-ресурсы:

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Сайт ЧИ ФГБОУ ВО «БГУ», адрес доступа: <http://bgu-chita.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный;

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART – объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу, предназначенный для разных направлений подготовки и специальностей. Контент отвечает требованиям стандартов высшего, среднего профессионального и дополнительного образования. Ресурсом обеспечивается круглосуточный полнотекстовый доступ к учебникам, журналам, статьям и другой литературе для всех зарегистрированных пользователей. Адрес доступа: <http://www.iprbookshop.ru>;

eLIBRARY.RU – крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и анализа научной информации. eLIBRARY.RU является разработчиком российского индекса научного цитирования (РИНЦ). Пользование НЭБ eLibrary общедоступно и бесплатно для всех пользователей. Адрес доступа: <https://www.elibrary.ru>;

Электронный каталог библиотеки дает возможность поиска литературы, имеющейся в фонде библиотеки, обеспечивает полнотекстовый доступ к учебным пособиям, монографиям, статьям преподавателей и обучающихся, учебно-методическим комплексам и выпускным квалификационным работам. Адрес доступа: <http://lib.bgu-chita.ru>;

Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО «PROFобразование». Адрес доступа: <https://profspo.ru>;

Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Адрес доступа: <https://rosstat.gov.ru/>;

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области pr-gt технологии в государственном и муниципальном управлении.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий);
- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.
- Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;

- написание рефератов, докладов;

- подготовка к семинарам и лабораторным работам;

- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

– Adobe Acrobat Reader_11,

– КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используются аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

учебные аудитории, оснащенные специализированной мебелью, магнитно-маркерной доской, трибуной для выступлений, техническими средствами обучения;

учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, оснащенные специализированной мебелью, магнитно-маркерной доской, техническими средствами обучения – ноутбук, проектор;

помещения для самостоятельной работы, оснащенные специализированной мебелью, доской, техническими средствами обучения – мультимедийное оборудование: проектор, компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС.