

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Капиева Кнарик Робертовна

Должность: Зав. кафедрой педагогики, психологии и физической культуры

Дата подписания: 24.08.2020 10:48:28

Уникальный программный ключ:

f0380548ab1ccca55cfbd50787734c6d2a58a55f

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ

КУЛЬТУРЫ»

Факультет дизайна, изобразительных искусств и гуманитарного образования

Кафедра педагогики, психологии и философии

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой педагогики,
психологии и философии

Н.О. Яковлева

«24» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.2.1. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки **44.06.01 – Образование и педагогические науки**

Направленность программы – **Теория и методика профессионального образования**

Квалификация выпускника – **исследователь, преподаватель-исследователь**

Форма обучения – **очная, заочная**

**Краснодар
2020**

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» обучающимся очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 44.06.01 «Образование и педагогические науки» направленности «Теория и методика профессионального образования» в пятом семестре.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 44.06.01 «Образование и педагогические науки», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.07.2014 года, приказ № 902 (ред. от 30.04.2015 г.) и основной профессиональной образовательной программой.

Рецензенты:

Е.В. Демидова Заведующая МАДОУ МО г. Краснодар «Центр - детский сад № 63», доктор педагогических наук, профессор

Яковлева Н.О., д.п.н., профессор

Составитель:

Е.П. Александров, доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики, психологии и философии

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры педагогики, психологии и философии 24 августа 2020 г., протокол № 1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в системе образования» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО 26 августа 2020 г., протокол № 1.

© Александров Е.П., 2020 г.

© ФГБОУ ВО «КГИК», 2020 г.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	4
4. Структура и содержание и дисциплины	6
4.1. Структура дисциплины:	6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	8
5. Образовательные технологии	11
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	11
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	12
7.1. Основная литература	12
7.2. Дополнительная литература	13
7.3. Периодические издания	13
7.4. Интернет-ресурсы	13
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	13
7.6. Программное обеспечение	14
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	14
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	15

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование и систематизация знаний, полученных в ходе обучения в вузе, об основных формах деятельности образовательных учреждений, а также о приобретении опыта практики маркетинга и менеджмента в современном образовании.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать знания в сфере маркетинга и менеджмента современного образования;
- сформировать методологическое понимание образовательной услуги как объекта маркетинга и менеджмента;
- раскрыть функции маркетинга и менеджмента в современном образовании;
- дать практические навыки в применении инструментария маркетинга и менеджмента в образовании;
- изучить проблемы организации подразделений маркетинга в учреждениях образования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.2.1 «Менеджмент и маркетинг в системе образования» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Для ее успешного освоения аспирант должен обладать знаниями и умениями в области педагогики и психологии, теории и методики обучения и воспитания в сфере музыкального искусства. Данная дисциплина выполняет интегрирующие функции в системе подготовки аспирантов, имеет тесную взаимосвязь с общенаучными и специальными учебными дисциплинами: «Педагогика высшей школы», «Проектная и инновационная деятельность в образовании».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Выпускник, освоивший программу аспирантуры, должен обладать следующими *компетенциями*:

- способностью к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях (УК-1);
- готовностью участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач (УК-3);
- способностью планировать и решать задачи собственного профессионального и личностного развития (УК-6).
- готовностью организовать работу исследовательского коллектива в области педагогических наук (ОПК-4);

- способностью моделировать, осуществлять и оценивать образовательный процесс и проектировать программы дополнительного профессионального образования в соответствии с потребностями работодателя (ОПК-5);
 - способен конструктивно взаимодействовать со смежными специалистами по вопросам развития способностей детей и подростков (ПК-10);
 - готов использовать современные инновационные методы и технологии в проектировании образовательной работы (ПК-17);
 - способен разрабатывать и реализовывать индивидуально - ориентированные программы, направленные на устранение трудностей обучения и адаптации к образовательной среде (ПК-19);
 - способен проводить анализ и обобщение образовательной деятельности учреждения (ПК-20);
 - способен к конструктивному взаимодействию с родителями и специалистами, участвующими в образовательном процессе, для решения проблем воспитания, обучения и развития детей (ПК-21);
 - способен проводить экспертную оценку образовательной среды и методического обеспечения учебно-воспитательного процесса в учреждении и разрабатывать рекомендации по повышению их качества (ПК-22).
 - готов осуществлять эффективное профессиональное взаимодействие, способствующее решению широкого круга задач психолого-педагогического и социального сопровождения (ПК-35);
 - готов к содержательному взаимодействию с педагогическими кадрами по вопросам обучения и воспитания (ПК-37);
 - способен разработать концепцию и программу развития учреждения на основе маркетингового исследования в области рынка образовательных услуг (ПК-40);
 - способен организовать межпрофессиональное взаимодействие специалистов образовательного учреждения (ПК-41);
 - способен определять и создавать условия, способствующие мотивационной готовности всех субъектов образовательного процесса к продуктивной деятельности (ПК-42).

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- стратегии поведения педагога;
- закономерности и принципы управления образовательными системами;
- методы управления образованием и маркетинговые стратегии.

Уметь:

- обобщать теоретические и практические подходы управления образовательными системами;

- использовать методы анализа эффективности функционирования образовательных систем;
- оценивать результативность и качество функционирования образовательных систем, маркетинговых мероприятий.

Владеть:

- анализировать и оценивать качественные характеристики образовательных систем;
- разработки маркетинговых стратегий деятельности образовательных учреждений;
- осуществлять нормативно-правовое обеспечение и социально-организационные механизмы менеджмента и маркетинга в музыкальном образовании.

Приобрести опыт деятельности

- в использовании маркетинговых стратегии и менеджмента в деятельности в образовательных учреждениях.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, (72 ч.), (ОФО/ЗФО).

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			Л	Лр	ПЗ	СР	
1.	Менеджмент и маркетинг в современном музыкальном образовании	5	4/2		6/2	26/ 34	устный опрос; проверка практических заданий; оценка результатов самостоятельной работы; оценка результатов работы с первоисточниками; дискуссия
2.	Маркетинговые технологии в современном музыкальном образовании	5	4		6	26/34	устный опрос; проверка практических заданий; оценка результатов

						самостоятельной работы; оценка результатов работы с первоисточниками; круглый стол
	ВСЕГО ЗА СЕМЕСТР		8/2		12/2	52/68

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы, ОФО/ЗФО

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
5 семестр			
Тема 1. Менеджмент и маркетинг в современном музыкальном образовании	<p><u>Лекции:</u> Методологические основы менеджмента в образовании; инфраструктура менеджмента; природа и состав функций менеджмента; стратегическое и тактическое планирование в системе менеджмента.</p> <p><u>Практические занятия:</u> Новые образовательные технологии - технологические инновации. Новые экономические механизмы в сфере образования; экономические инновации.</p> <p><u>Самостоятельная работа:</u> Менеджмент качества в образовании. Компоненты, критерии и уровни готовности организации к внедрению маркетинговых технологий и маркетинга.</p>	4/2	УК-1,3,6 ПК-10,17,19,20,21,22,35,37,40,41,42 ОПК-4,5
Тема 2. Маркетинговые технологии в современном музыкальном образовании	<p><u>Лекции:</u> Менеджмент и маркетинг в музыкальном образовании: формы организации; мотивация деятельности; регулирование и контроль в системе менеджмента; моделирование и разработка решений; динамика групп и лидерство; управление человеком и управление группой; руководство: власть и партнерство; стиль и имидж менеджера; конфликтность; факторы эффективности менеджмента.</p> <p><u>Практические занятия (семинары)</u> Организационные структуры и институциональные формы в области образования. Организационные инновации</p>	4	УК-1,3,6 ПК-10,17,19,20,21,22,35,37,40,41,42 ОПК-4,5
		6	

	<u>Самостоятельная работа:</u> Анализ внутренней и внешней среды образовательной организации. Новые методы и приемы обучения и воспитания: образовательные инновации. Внедрение и эффективность менеджмента и маркетинговых механизмов в систему непрерывного художественного образования и воспитания.	22	
Зачет		4/4	
ВСЕГО:		72 ч.	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями подготовки по направлению «Образование и педагогические науки», научной специальности (направленность) «Теория и методика обучения и воспитания (музыка)» реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: лекционные занятия: лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-анализ ситуаций, лекция-диалог. Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», методы анализа проблемных ситуаций.

Занятия лекционного типа составляют 8 часов, семинарские и практические 12 часов для очной формы обучения. Из них – 8 часов в интерактивной форме, что составляет 40 % от аудиторных занятий для очной формы обучения. Для заочной формы обучения 2 часа лекций, и 2 часа практических занятий.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Текущий контроль освоения дисциплины и оценочные средства

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости аспирантов по дисциплине производится в следующих формах:

- задания для контроля самостоятельной работы;
- дискуссия
- круглый стол.

Оценочные средства для текущего контроля

6.1.1. Задания для самостоятельной работы

Задание 1

Тема: Менеджмент качества в образовании

1. Основные принципы менеджмента качества
2. Цели, задачи, тактика, методические средства.

Задание 2

Тема: Анализ внутренней и внешней среды образовательной организации

1. Понятие образовательной среды.

2. Анализ внутренней среды.
3. Анализ внешней среды.
4. Методы анализа внешней и внутренней среды организации.

Задание 3.

Тема. Специфика и особенности маркетинга в сфере образования

1. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования
2. Функции и принципы маркетинга образовательных услуг

Задание 4

Тема: Современные тенденции развития рынка образовательных услуг

1. Общие тенденции рынка образовательных услуг
2. Рынок образования в России

6.1.2. Дискуссия «Инновационный менеджмент в музыкальном образовании»

Вопросы, предлагаемые к обсуждению:

1. Новые образовательные технологии – технологические инновации.
2. Новые экономические механизмы в сфере образования – экономические инновации.
3. Новые методы и приемы обучения и воспитания – образовательные инновации.
4. Новые организационные структуры и институциональные формы в области образования – организационные инновации.

6.1.3. Круглый стол:

обсуждаемые вопросы:

1. Менеджмент качества в образовании:

- А) Основные принципы менеджмента качества.
- Б) Цели, задачи, тактика, методические средства.

2. Анализ внутренней и внешней среды образовательной организации:

- А) Понятие образовательной среды.
- Б) Анализ внутренней среды.
- В) Анализ внешней среды.
- Г) Методы анализа внешней и внутренней среды организации.

3. Специфика и особенности маркетинга в сфере образования:

- А) Сущность и особенности маркетинга в сфере образования.
- Б) Функции и принципы маркетинга образовательных услуг.

4. Современные тенденции развития рынка образовательных услуг

- А) Общие тенденции рынка образовательных услуг.
- Б) Рынок образования в России.

4. Сегментация рынка образовательных услуг

- А) Сегментация рынка образовательных услуг по группам потребителей .
- Б) Сегментация рынка образовательных услуг по параметрам.
- В) Сегментация рынка образовательных услуг по конкурентам .

5. Конкурентноспособность образовательного учреждения на рынке образовательных услуг

- А) Концепция маркетинга образовательных услуг.
- Б) Сущность и особенности маркетинга в сфере образования.
- В) Субъекты маркетинга МОУ (музыкальное образовательное учреждение), их функции.
- Г) Объекты маркетинга в образовании.
- Д) Проблемное содержание и функции маркетинга МОУ.

6. Принципы и методы маркетинга МОУ

- А) Маркетинг как философия субъектов рынка.
- Б) Принципы маркетинга и управления маркетингом на рынке МОУ.
- В) Методы маркетинга и проведение исследований.

7. Маркетинговая среда и ее влияние на конъюнктуру рынка

- А) Политическая и правовая среда.
- Б) Экономическая среда.
- В) Демографическая среда.
- Г) Национальная среда.
- Д) Социокультурная, морально-этическая среда.
- Е) Научно-техническая среда.

8. Стратегии маркетинга образовательных услуг

- А) Назначение и проблемы стратегии маркетинга для образовательных учреждений.
- Б) Финансовые и маркетинговые цели образовательных учреждений.
- В) Критерии классификации, генезис и виды стратегий.

9. Ценообразование на рынке МОУ

- А) Стереотипы и традиции в отношении к ценовым проблемам МОУ.
- Б) Экономический рост и подходы к ценовым проблемам обучения.
- В) Цена потребления и экономический эффект МОУ.
- Г) Цена потребления и колебания конъюнктуры МОУ.

10. Коммуникации и продвижение МОУ на рынке

- А) Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.
- Б) Составляющие процесса коммуникации на рынке.

11. Реклама на образовательном рынке

- А) Особенности и требования современной рекламы.

- Б) Специфические черты и перспективы рекламы на российском рынке.
- В) Элементы технологии и организации рекламы.

6.2. Промежуточная аттестация и оценочные средства

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит в форме зачета.

Вопросы, выносимые на зачет:

1. Методологические основы менеджмента в музыкальном образовании.
2. Природа и состав функций менеджмента.
3. Стратегическое и тактическое планирование в системе менеджмента.
4. Организационные отношения в системе менеджмента.
5. Мотивация деятельности.
6. Регулирование и контроль в системе менеджмента.
7. Моделирование и разработка решений.
8. Динамика групп и лидерство.
9. Управление человеком и управление группой.
10. Руководство: власть и партнерство.
11. Стиль и имидж менеджера.
12. Факторы эффективности менеджмента.
13. Сущность образовательного маркетинга.
14. Современная концепция маркетинга.
15. Комплексное исследование рынка образовательных услуг.
16. Методические основы исследования рынка, сегментация рынка.
17. Роль маркетинговой деятельности в процессе разработки и создания услуги рыночной новизны в условиях музыкальных учреждений.
18. Организация деятельности маркетинговой службы в образовании.
19. Подходы к формированию имиджа образовательного учреждения.
20. Имидж высшего учебного заведения.
21. Имидж руководителя учебного заведения.
22. Стили управления.
23. Корпоративная культура.
24. Отношения в системе «руководитель – подчиненный».
25. Роль руководителя в становлении коллектива.

6.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и навыков обучающегося.

«Зачтено» ставится, если устный ответ, письменная работа, практическая деятельность студента в полном объеме соответствует учебной программе, допускается один недочет, объем ЗУНов составляет более 60% содержания (правильный полный ответ, представляющий собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, умения применять определения, правила в конкретных случаях. Студент обосновывает свои суждения, применяет знания на практике, приводит собственные примеры.

«Не зачтено» ставится, если устный ответ, письменная работа, практическая деятельность студента и ее результаты частично соответствуют требованиям программы, имеются существенные недостатки и грубые ошибки, объем ЗУНов студентов составляет менее 60% содержания (неполный ответ).

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Герчикова, И.Н. Менеджмент: практикум : учебное пособие / И.Н. Герчикова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. : табл., граф., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00889-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115014> (18.03.2016).
2. Захарова, И.В. Маркетинг : учебно-практическое пособие / И.В. Захарова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Ульяновский государственный технический университет", д.о. Институт. - Ульяновск : УлГТУ, 2011. - 136 с. : ил., табл., схем. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-9795-0895-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363097> (18.03.2016).
3. Моисеев, А.Д. Муниципальное управление : учебное пособие / А.Д. Моисеев, Л.В. Московцева, А.С. Шурупова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 159 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01899-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116721> (18.03.2016).

7.2. Дополнительная литература

1. Нуждин, В.Н. Стратегия и тактика управления качеством образования / В.Н. Нуждин, Г.Г. Кадамцева. - Иваново : Издательство "Иваново", 2006. - 238 с. - ISBN 978-5-85229-270-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=95047> (18.03.2016).
2. Хабибуллина, Л.Х. Менеджмент качества в вузе / под ред. Ю.П. Похолкова, А.И. Экономика образования : учебное пособие / . - Тула : ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2012. - 173 с. - ISBN 978-5-87954-731-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230702>
3. Чучалина. - М. : Логос, 2005. - 208 с.
3. Информационное обеспечение процесса сертификации системы менеджмента качества вуза [Текст] / Л. Х. Хабибуллина // Вестн. СПб гос. ун-та культуры и искусств. - 2012. - № 4. - С.144-150.
4. Галеева, Р. Маркетинговое исследование вузовского сектора рынка образовательных услуг : [выбор вуза абитуриентом; оценка качества обучения студентом] / Р. Галеева// Маркетинг. - 2010. - № 5. - С.116-126.

5. Трайнев, В.А. Учебные деловые игры в педагогике, экономике, менеджменте, управлении, маркетинге, социологии, психологии : методология и практика проведения / В.А. Трайнев. - М. : Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2005. - 304 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 5-691-01448-X ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=58813>(18.03.2016).

7.3. Периодические издания:

1. Астафьева, О.Н. Современная образовательная парадигма в контексте социальных и культурных изменений / О. Н. Астафьева // Библиотечное дело. XXI век: науч.-практич. сб. - М., 2006. - № 2(12). - С.146-162.2.

2.О формировании ведомственной научной программы "Развитие научного потенциала высшей школы" : приказ от 22 окт. 2004 г. № 98 / РФ. М-во образования // Бюллетень М-ва образования и науки РФ. Высш. и сред. проф. образование. - 2005. - № 2. - С.8-16.

3. Скрипкина, А.В. Принципы взаимодействия вуза и стратегических партнеров на современном этапе / А. В. Скрипкина ; А.В. Скрипкина // Интеграция науки и высшего образования в социально-культурной сфере: сб. науч. тр. Вып.4.Т.2. - Краснодар, 2006. - С.195-198.

4.Тангян, С.А. Образование: право человека или коммерческая услуга? / С. А. Тангян ; С.А. Тангян// Педагогика. - 2006. - № 9. - С.3-16.

7.4. Интернет-ресурсы.

Официальный сайт Министерства образования и науки РФ <http://www.ed.gov.ru>.

Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/>

Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>

Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>

Электронная библиотека диссертаций Российской Государственной Библиотеки <http://diss.rsl.ru/>

Российская Государственная библиотека (РГБ). Универсальные базы данных <http://www.ebiblioteka.ru/search/simple/>

Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru/>

Электронная библиотека полнотекстовых документов <http://elib.guu.ru>

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Лекционные и практические занятия должны быть направлены на расширение кругозора студентов, на воспитание навыков творческого мышления, умения осваивать свои убеждения. При подготовке к практическим занятиям необходимо изучать предложенную литературу, использовать материалы периодической печати, познакомиться с соответствующими разделами учебных пособий.

Выступления на практических занятиях не следует сводить к пересказу законспектированной литературы. При обсуждении вопросов необходимо привлекать материалы своей практической работы, приводить примеры из конкретных явлений современной практики. Активность студентов на семинарских и практических занятиях учитывается преподавателем на экзамене.

7.6. Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – Windows XP, Windows 7; пакет прикладных программ MS Office 2007; справочно-правовые системы-Консультант + , Гарант.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Аспиранты пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____;
- _____.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____ (должность)	/ _____ (подпись)	/ _____ (Ф.И.О.)	/ _____ (дата)
_____ (должность)	/ _____ (подпись)	/ _____ (Ф.И.О.)	/ _____ (дата)

Заведующий кафедрой

_____ (наименование кафедры)	/ _____ (подпись)	/ _____ (Ф.И.О.)	/ _____ (дата)
---------------------------------	-------------------------	------------------------	----------------------