

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Вятский государственный университет»  
(ВятГУ)  
г. Киров

Утверждаю  
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации  
РПД\_3-38.03.02.04\_2021\_122531  
Актуализировано: 28.04.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Маркетинг территорий**

наименование дисциплины

|                |                                               |
|----------------|-----------------------------------------------|
| Квалификация   | Бакалавр                                      |
| выпускника     |                                               |
| Направление    | 38.03.02                                      |
| подготовки     | шифр                                          |
|                | <b>Менеджмент</b>                             |
|                | наименование                                  |
| Направленность | 3-38.03.02.04                                 |
| (профиль)      | шифр                                          |
|                | <b>Маркетинг</b>                              |
|                | наименование                                  |
| Формы обучения | Очная                                         |
|                | наименование                                  |
| Кафедра-       | <b>Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)</b> |
| разработчик    | наименование                                  |
| Выпускающая    | <b>Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)</b> |
| кафедра        | наименование                                  |

## **Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины**

Березина Екатерина Александровна

ФИО

---

## Цели и задачи дисциплины

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Цель дисциплины   | Sформировать у обучающихся знания и умения в области применении инструментов и механизмов маркетинга территорий на практике с целью повышения эффективности управления территориями.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Задачи дисциплины | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сформировать у обучающихся знания о процессе осуществления маркетинговой деятельности на территориальном уровне.</li> <li>2. Ознакомление со спецификой маркетинговой деятельности на территориальном уровне.</li> <li>3. Формирование навыков и умений, необходимых для организации маркетинга территорий.</li> <li>4. Изучение особенностей поведения потребителей территориального продукта.</li> <li>5. Развитие навыков разработки маркетинговых мероприятий для улучшения и развития территорий.</li> </ol> |

### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

#### **Компетенция ПК-7**

Способностью определять приоритетные направления проведения маркетинговых исследований, осуществлять руководство исследованиями, обеспечивать активное участие работников в проведении исследований, в том числе в сфере проектной деятельности, с целью формирования стратегических преимуществ организации

| Знает                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Умеет                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Владеет                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| основные принципы и методы проведения маркетинговых исследований, способы определения приоритетных направлений исследований; функции руководителя и сотрудников в процессе проведения маркетинговых исследований, роль исследований в обеспечении стратегических преимуществ организации | определять приоритетные направления проведения маркетинговых исследований, применять методы проведения исследований на практике; осуществлять руководство исследованиями, стимулировать сотрудников к активному участию в проведении исследований, в том числе в проектной деятельности | методами сбора, обработки и анализа информации в ходе проведения маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; навыками руководства исследованиями, приемами вовлечения сотрудников в проведение исследований, в том числе в проектной деятельности |

#### **Компетенция ПК-8**

Способностью разрабатывать основные направления организационных изменений, решать стратегические и оперативные задачи с целью совершенствования бизнес-процессов в сфере маркетинга

| Знает                                                                       | Умеет                                                           | Владеет                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| основы разработки основных направлений организационных изменений, способы и | выявлять основные направления организационных изменений, решать | навыками разработки основных направлений организационных изменений, решения |

|                                                                                                                    |                                                                                                      |                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| методы решения стратегических и оперативных задач с целью совершенствования бизнес-процессов в маркетинговой сфере | стратегические и оперативные задачи с целью совершенствования бизнес-процессов в маркетинговой сфере | стратегических и оперативных задач с целью совершенствования бизнес-процессов в маркетинговой сфере |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Структура дисциплины**  
**Тематический план**

| №<br>п/п | Наименование разделов дисциплины                     | Шифр формируемых<br>компетенций |
|----------|------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 1        | Теоретические основы маркетинга территорий           | ПК-7, ПК-8                      |
| 2        | Технология маркетинга территорий                     | ПК-8                            |
| 3        | Стратегический маркетинг территорий                  | ПК-8                            |
| 4        | Подготовка и прохождение промежуточной<br>аттестации | ПК-7, ПК-8                      |

**Формы промежуточной аттестации**

|                 |                                         |
|-----------------|-----------------------------------------|
| Зачет           | Не предусмотрен (Очная форма обучения)  |
| Экзамен         | 7 семестр (Очная форма обучения)        |
| Курсовая работа | Не предусмотрена (Очная форма обучения) |
| Курсовой проект | Не предусмотрена (Очная форма обучения) |

### Трудоемкость дисциплины

| Форма обучения       | Курсы | Семестры | Общий объем (трудоемкость) |     | Контактная работа, час | в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час |        |                                   |                      | Самостоятельная работа, час | Курсовая работа (проект), семестр | Зачет, семестр | Экзамен, семестр |
|----------------------|-------|----------|----------------------------|-----|------------------------|----------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------|------------------|
|                      |       |          | Часов                      | ЗЕТ |                        | Всего                                                                      | Лекции | Семинарские, практические занятия | Лабораторные занятия |                             |                                   |                |                  |
| Очная форма обучения | 4     | 7        | 216                        | 6   | 132                    | 86                                                                         | 34     | 52                                | 0                    | 84                          |                                   |                | 7                |

## **Содержание дисциплины**

### **Очная форма обучения**

| Код занятия                                                  | Наименование тем занятий                                                       | Трудоемкость, академических часов |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
|                                                              |                                                                                | <b>59.00</b>                      |
| <b>Раздел 1 «Теоретические основы маркетинга территорий»</b> |                                                                                |                                   |
| <b>Лекции</b>                                                |                                                                                |                                   |
| Л1.1                                                         | Сущность, цели и разновидности территориального маркетинга                     | 2.00                              |
| Л1.2                                                         | Концептуальные подходы к трактовке маркетинга территорий                       | 2.00                              |
| Л1.3                                                         | Среда маркетинга территорий                                                    | 2.00                              |
| Л1.4                                                         | Конкуренция и конкурентоспособность территорий                                 | 2.00                              |
| <b>Семинары, практические занятия</b>                        |                                                                                |                                   |
| П1.1                                                         | Факторы выбора потребителями территориального продукта                         | 2.00                              |
| П1.2                                                         | Анализ степени удовлетворенности потребителей территории                       | 2.00                              |
| П1.3                                                         | Факторы и инструменты анализа маркетинговой среды территории                   | 4.00                              |
| П1.4                                                         | Диагностика конкурентной среды рынка и оценка конкурентоспособности территории | 4.00                              |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                |                                                                                |                                   |
| C1.1                                                         | Маркетинг страны                                                               | 6.00                              |
| C1.2                                                         | Маркетинг региона                                                              | 6.00                              |
| C1.3                                                         | Маркетинг города                                                               | 6.00                              |
| C1.4                                                         | Правовое обеспечение маркетинга территорий                                     | 6.00                              |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>                       |                                                                                |                                   |
| KBP1.1                                                       | Контактная внеаудиторная работа                                                | 15.00                             |
| <b>Раздел 2 «Технология маркетинга территорий»</b>           |                                                                                |                                   |
| <b>Лекции</b>                                                |                                                                                |                                   |
| Л2.1                                                         | Сегментирование рынка территориального продукта                                | 2.00                              |
| Л2.2                                                         | Позиционирование территорий                                                    | 2.00                              |
| Л2.3                                                         | Территориальный продукт                                                        | 2.00                              |
| Л2.4                                                         | Ценообразование территориального продукта                                      | 2.00                              |
| Л2.5                                                         | Месторасположение территориального продукта                                    | 2.00                              |
| Л2.6                                                         | Продвижение территориального продукта                                          | 2.00                              |
| Л2.7                                                         | Маркетинговые исследования в маркетинге территорий                             | 2.00                              |
| Л2.8                                                         | Имидж и бренд территории                                                       | 2.00                              |
| Л2.9                                                         | Организация маркетинга территорий                                              | 2.00                              |
| <b>Семинары, практические занятия</b>                        |                                                                                |                                   |
| П2.1                                                         | Анализ потребителей территориального продукта                                  | 4.00                              |
| П2.2                                                         | Позиционирование территории                                                    | 4.00                              |
| П2.3                                                         | Типы продуктов, предлагаемых территорией                                       | 2.00                              |
| П2.4                                                         | Формирование цены территориального продукта                                    | 2.00                              |
| П2.5                                                         | Анализ размещения территориального продукта                                    | 2.00                              |

|                                                                     |                                                                                                |               |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| П2.6                                                                | Анализ продвижения территориального продукта                                                   | 2.00          |
| П2.7                                                                | Маркетинговые исследования потребителей территориального продукта                              | 4.00          |
| П2.8                                                                | Инструменты формирования имиджа территории                                                     | 4.00          |
| П2.9                                                                | Творческое задание «Составление дайджеста для туристов»                                        | 4.00          |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                       |                                                                                                |               |
| C2.1                                                                | Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории                               | 6.00          |
| C2.2                                                                | Страновой и региональный потенциал брэндинга                                                   | 6.00          |
| C2.3                                                                | Краудсорсинг как технология территориального маркетинга                                        | 6.00          |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>                              |                                                                                                |               |
| KBP2.1                                                              | Контактная внеаудиторная работа                                                                | 15.00         |
| <b>Раздел 3 «Стратегический маркетинг территорий»</b>               |                                                                                                | <b>51.00</b>  |
| <b>Лекции</b>                                                       |                                                                                                |               |
| Л3.1                                                                | Деловые стратегии территории                                                                   | 2.00          |
| Л3.2                                                                | Стратегические направления маркетинга территорий                                               | 2.00          |
| Л3.3                                                                | Методы развития территорий                                                                     | 2.00          |
| Л3.4                                                                | Стратегии улучшения территорий                                                                 | 2.00          |
| <b>Семинары, практические занятия</b>                               |                                                                                                |               |
| П3.1                                                                | Разработка деловых стратегий территории                                                        | 4.00          |
| П3.2                                                                | Практическое применение стратегических направлений маркетинга территорий                       | 2.00          |
| П3.3                                                                | Стратегическое планирование в маркетинге территорий                                            | 4.00          |
| П3.4                                                                | Разработка стратегий улучшения территории                                                      | 2.00          |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                       |                                                                                                |               |
| C3.1                                                                | Маркетинговый подход к управлению территориями в России: опыт, проблемы и направления развития | 6.00          |
| C3.2                                                                | Инвестиционный климат территории                                                               | 5.00          |
| C3.3                                                                | Опыт внедрения территориального маркетинга в странах Западной Европы и Америки                 | 6.50          |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>                              |                                                                                                |               |
| KBP3.1                                                              | Контактная внеаудиторная работа                                                                | 13.50         |
| <b>Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b> |                                                                                                | <b>27.00</b>  |
| Э4.1                                                                | Подготовка к сдаче экзамена                                                                    | 24.50         |
| KBP4.1                                                              | Консультация перед экзаменом                                                                   | 2.00          |
| KBP4.2                                                              | Сдача экзамена                                                                                 | 0.50          |
| <b>ИТОГО</b>                                                        |                                                                                                | <b>216.00</b> |

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

## **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся ознакомлены на официальном сайте университета [www.vyatsu.ru](http://www.vyatsu.ru).

**Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине**

**Учебная литература (основная)**

- 1) Лысова, Н. А. Маркетинг территорий : учебник / Н.А. Лысова. - Москва : Проспект, 2019. - 158 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-28831-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=569903/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 4) Улицкая, Н. Ю. Маркетинг территорий : учебник / Н.Ю. Улицкая, Л.Н. Семеркова. - Москва : Креативная экономика, 2017. - 230 с. : табл., схем., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-91292-196-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499069/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 2) Реброва, Н. П. ТERRиториальный маркетинг : учебное пособие / Н.П. Реброва. - Москва : Прометей, 2018. - 141 с. : схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-907003-29-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494923/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 3) Багиев, Георгий Леонидович. Маркетинг : учебник / Г. Л. Багиев, В. М. Таракевич, Х. Анн; под ред. Г. Л. Багиева. - 3-е изд. - СПб. : Питер, 2007. - 736 с. - (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 726-733. - ISBN 5-469-00482-1 : 299.00 р., 329.00 р., 207.00 р. - Текст : непосредственный.
- 5) Данько, Тамара Петровна. Управление маркетингом : учебник и практикум / Т. П. Данько. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 521 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01588-1 : Б. ц. - URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-marketingom-432118> (дата обращения: 08.05.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

**Учебная литература (дополнительная)**

- 1) Ковалева, Л. В. Маркетинг территорий : учебное пособие / Л.В. Ковалева. - Тюмень : Тюменский государственный университет, 2017. - 284 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-400-01269-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572901/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 2) Семилетова, Я. И. Маркетинг территорий: учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление : учебное пособие / Я.И. Семилетова. - Санкт-Петербург : СПбГАУ,

2018. - 119 с. : ил. - Библиогр. в кн. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496897/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Багиев, Георгий Леонидович. Международный маркетинг : учебник / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2008. - 688 с. - (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 676. - ISBN 978-5-91180-660-6 : 289.70 р., 324.00 р., 372.80 р. - Текст : непосредственный.

4) Лапаева, М. Г. Теории пространственного и регионального развития : учебное пособие / М.Г. Лапаева, С.П. Лапаев, Т.В. Кузяева. - Оренбург : ОГУ, 2015. - 141 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7410-1224-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439226/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Зинченко, М. В. Программно-целевые и проектные методы управления в системе мер территориального стратегического развития / М. В. Зинченко, Н. В. Бабий. - Благовещенск : АмГУ, 2017. - 128 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/156590> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

#### **Учебно-методические издания**

1) Маркетинг территорий : учебно-методическое пособие. - Липецк : Липецкий ГПУ, 2017. - 42 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/111940> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Березина, Екатерина Александровна. Маркетинг территорий : практикум для студентов направлений 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление" всех профилей подготовки всех форм обучения / Е. А. Березина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2016. - Б. ц. - Текст : электронный.

#### **Периодические издания**

1) Практический маркетинг : инф. для маркетинг. решений. - М. : ООО "Агентство BCI Marketing", 1997 - . - Выходит ежемесячно. - ISSN 2071-3762. - Текст : непосредственный.

#### **Учебно-наглядное пособие**

1) Березина, Екатерина Александровна. Маркетинг территорий : учебно-наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Е. А. Березина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 13 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

## **Электронные образовательные ресурсы**

- 1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>
- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: [https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program\\_ID=3-38.03.02.04](https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.04)
- 3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>
- 4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

## **Электронные библиотечные системы (ЭБС)**

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru))
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

## **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

## **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

### **Демонстрационное оборудование**

| Перечень используемого оборудования       |
|-------------------------------------------|
| Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2 |
| Проектор Smart V25 к интерактивной доске  |

**Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)**

| № п.п | Наименование ПО                                                                                                      | Краткая характеристика назначения ПО                                                                                                                                                                                               |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» | Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертаций и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO |
| 2     | Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP                                                          | Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами                                |
| 3     | Office Professional Plus 2016                                                                                        | Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями                                                                                                         |
| 4     | Windows Professional                                                                                                 | Операционная система                                                                                                                                                                                                               |
| 5     | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса                                                                              | Антивирусное программное обеспечение                                                                                                                                                                                               |
| 6     | Справочная правовая система «Консультант Плюс»                                                                       | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации                                                                                                                                                                |
| 7     | Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик                                                                 | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации                                                                                                                                                                |
| 8     | Security Essentials (Защитник Windows)                                                                               | Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.                                                                                                                                                 |
| 9     | МойОфис Стандартный                                                                                                  | Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах                                                                                                                         |

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:  
[https://www.vyatsu.ru/php/list\\_it/index.php?op\\_id=122531](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=122531)