

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
д.филос.н., доц. Атанов А.А.



29.05.2025г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б1.О.38. Маркетинг персонала**

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом  
Направленность (профиль): Управление персоналом  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная

Курс	4
Семестр	41
Лекции (час)	28
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	28
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	52
Курсовая работа (час)	
Всего часов	108
Зачет (семестр)	41
Экзамен (семестр)	

Иркутск 2025

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.03  
Управление персоналом .

Автор О.В. Ганаза

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры  
государственного управления и управления человеческими ресурсами

Заведующий кафедрой Б.Ж. Тагаров

### 1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины является подготовка специалиста по управлению персоналом, ориентирующегося в ситуации на рынке труда и умеющего использовать технологию маркетинга персонала в условиях конкретных организаций.

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

#### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-3	Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом, обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия

#### Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-3 Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом, обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия	З. Знать сущность стратегии управления персоналом и мероприятия, направленные на ее реализацию У. Уметь обоснованно выбирать мероприятия для реализации стратегии управления персоналом, планировать способы их осуществления, предвидеть их организационные и социальные последствия Н. Владеть навыками осуществления мероприятий в контексте стратегического управления персоналом, навыками их документационного сопровождения, навыками оценки организационных и социальных последствий реализованных мероприятий

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Рынок труда и занятость населения", "Экономика труда"

### 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 3 зач. ед., 108 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	28
Практические (сем, лаб.) занятия	28
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	52

Всего часов	108
-------------	-----

**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. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Маркетинговые концепции управления персоналом	41	4	4	7		Задание "Концепция маркетинга персонала". Тест "Сущность маркетинга персонала"
2	Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации	41	4	4	8		Задание "Анализ рынка труда HR-маркетологов". Задание "Изменения рынка труда в 21 веке"
3	Формирование HR-бренда.	41	4	4	7		Задание "Анализ HR-бренда". Тест по теме "Формирование HR-бренда"
4	Формирование системы управления маркетингом персонала в организации	41	4	4	7		Задание "Публикация контента о работодателе"
5	Процедура реализации маркетинга персонала	41	4	4	7		Задание "Использование концепции психотипов работодателем"
6	Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации	41	4	4	8		Задание "Лучший работодатель Иркутской области"
7	Контроль реализации программы маркетинга персонала.	41	4	4	8		Задание "Процедура измерения HR бренда"
	ИТОГО		28	28	52		

**5.2. Лекционные занятия, их содержание**

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
-------	-----------------------------	------------

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Маркетинговые концепции управления персоналом	Уровни маркетинга персонала. Исторические предпосылки формирования технологий маркетинга персонала. Факторы формирования технологий маркетинга персонала
2	Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации	Сходства и различия между маркетингом товаров (услуг) и маркетингом персонала. Модель «4р» маркетинга персонал-микс и ее модификация. Маркетинговое управление на уровне всей организации как элемент кадровой политики организации
3	Формирование HR-бренда.	Сущность HR-бренда. Этапы формирования HR-бренда. Составляющие имиджа работодателя. Анализ имиджа работодателя, способы поддержания позитивного имиджа.
4	Формирование системы управления маркетингом персонала в организации	Этапы реализации программы маркетинга персонала. Информационная и коммуникационная функция маркетинга персонала. Процесс позиционирования в маркетинге персонала.
5	Процедура реализации маркетинга персонала	Определение потребности в персонале. Требования к привлекательности рабочего места. Исследование поведения персонала. Сегментирование рынка труда. Анализ конкурентов и активных партнеров.
6	Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации	Сущность и основные этапы обеспечения организации персоналом. Методы расчета необходимой численности персонала организации.
7	Контроль реализации программы маркетинга персонала.	Виды, элементы и формы контроля. Характеристика основных подходов к контролю маркетинга персонала. Принципы и дисфункции контроля.

### 5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Маркетинговые концепции управления персоналом. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций. Исторические предпосылки формирования технологий маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала. Достоинства и недостатки стратегического и оперативного маркетинга персонала. Выбор стратегии внутреннего и внешнего маркетинга персонала.
2	Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации.
3	Формирование HR-бренда. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций.
4	Формирование системы управления маркетингом персонала в организации. Поэтапная разработка программы реализации маркетинга персонала в организации. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций.

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
5	Процедура реализации маркетинга персонала. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций.
6	Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации. Проводится в форме деловой игры – моделирование ситуаций
7	Контроль реализации программы маркетинга персонала. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций.

## 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.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Маркетинговые концепции управления персоналом	ОПК-3	З.Знать сущность стратегии управления персоналом и мероприятия, направленные на ее реализацию	Задание "Концепция маркетинга персонала"	Максимальное количество баллов за выполнение задания 10. Критерии оценивания: аргументированность – до 2 баллов, точность определения – до 2 баллов, активное обсуждение, самостоятельная формулировка достигаемых результатов – до 2 баллов, степень осознанности, понимания изученного – до 2 баллов, своевременность выполнения задания - до 2 баллов. (10)
2		ОПК-3	З.Знать сущность стратегии управления персоналом и мероприятия, направленные на ее реализацию	Тест "Сущность маркетинга персонала"	Каждый правильный ответ на вопрос теста оценивается в 1 балл.

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
					Максимальная оценка – 10 баллов (10)
3	2. Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации	ОПК-3	У.Уметь обоснованно выбирать мероприятия для реализации стратегии управления персоналом, планировать способы их осуществления, предвидеть их организационные и социальные последствия	Задание "Анализ рынка труда HR- маркетологов"	Максимальное количество баллов за выполнение задания 10.  Критерии оценивания: аргументирован- ность – до 2 баллов, точность определения – до 2 баллов, активное обсуждение, самостоятельная формулировка достигаемых результатов – до 2 баллов, степень осознанности, понимания изученного – до 2 баллов, своевременность выполнения задания - до 2 баллов. (10)
4		ОПК-3	У.Уметь обоснованно выбирать мероприятия для реализации стратегии управления персоналом, планировать способы их осуществления, предвидеть их организационные и социальные последствия	Задание "Изменения рынка труда в 21 веке"	Максимальное количество баллов за выполнение задания 10  Критерии оценивания: аргументирован- ность – до 2 баллов, точность определения – до 2 баллов, активное обсуждение, самостоятельная формулировка достигаемых результатов – до 2 баллов, степень осознанности,

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
					понимания изученного – до 2 баллов, своевременность выполнения - до 2 баллов. (10)
5	3. Формирование HR-бренда.	ОПК-3	Н.Владеть навыками осуществления мероприятий в контексте стратегического управления персоналом, навыками их документационного сопровождения, навыками оценки организационных и социальных последствий реализованных мероприятий	Задание "Анализ HR- бренда"	Максимальное количество баллов за выполнение задания 10.  Критерии оценивания: аргументированн ость – до 2 баллов, точность определения – до 2 баллов, активное обсуждение, самостоятельная формулировка достижимых результатов – до 2 баллов, степень осознанности, понимания изученного – до 2 баллов, своевременность выполнения задания - до 2 баллов. (10)
6		ОПК-3	З.Знать сущность стратегии управления персоналом и мероприятия, направленные на ее реализацию	Тест по теме "Формирование HR- бренда"	Максимальная оценка – 10 баллов. В тесте 10 вопросов, каждый вопрос 1 балл (10)
7	4. Формирование системы управления маркетингом персонала в организации	ОПК-3	З.Знать сущность стратегии управления персоналом и мероприятия, направленные на ее реализацию	Задание "Публикация контента о работодателе"	Критерии оценки: качество доклада (структура, полнота, наличие иллюстративного материала, презентации) 5 баллов, качество ответов на вопросы 5



№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
					баллов. Максимальная оценки 5 баллов. (10)
8	5. Процедура реализации маркетинга персонала	ОПК-3	Н. Владеть навыками осуществления мероприятий в контексте стратегического управления персоналом, навыками их документационного сопровождения, навыками оценки организационных и социальных последствий реализованных мероприятий	Задание "Использование концепции психотипов работодателем"	Критерии оценивания: соответствие решения сформулированн ым в кейсе вопросам – 5 баллов, оригинальность подхода – 5 баллов, глубина проработки проблемы (обоснованность решения, наличие альтернативных вариантов, комплексность решения) – 5 баллов.  Максимальная оценка – 15 баллов (10)
9	6. Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации	ОПК-3	З. Знать сущность стратегии управления персоналом и мероприятия, направленные на ее реализацию	Задание "Лучший работодатель Иркутской области"	Критерии оценивания: соответствие заданным требованиям – 5 баллов, качество оценочного листа – 8 баллов, своевременность выполнения – 2 балла, качество презентации – 5 баллов (в том числе уровень ответов на вопросы).  Максимальная оценка – 20 баллов (10)
10	7. Контроль реализации программы маркетинга	ОПК-3	Н. Владеть навыками осуществления мероприятий в контексте	Задание "Процедура измерения HR бренда"	Максимальное количество баллов за выполнение

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
	персонала.		стратегического управления персоналом, навыками их документационного сопровождения, навыками оценки организационных и социальных последствий реализованных мероприятий		задания 10.  Критерии оценивания: аргументированн ость – до 2 баллов, точность определения – до 2 баллов, активное обсуждение, самостоятельная формулировка достижимых результатов – до 2 баллов, степень осознанности, понимания изученного – до 2 баллов, своевременность выполнения задания - до 2 баллов. (10)
				<b>Итого</b>	<b>100</b>

## 6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

**Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 41.**

### ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: полнота, глубина, наличие структуры.

**Компетенция: ОПК-3 Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом, обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия**

**Знание:** Знать сущность стратегии управления персоналом и мероприятия, направленные на ее реализацию

1. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом.
2. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.
3. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.
4. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.

5. Анализ спроса и предложения на рынке труда менеджеров по персоналу: актуальность профессии, миграция персонала, основные мотивации менеджеров по персоналу при смене работы.
6. Влияние внутреннего маркетинга персонала на формирование бренда.
7. Задачи и основные этапы маркетинговых исследований.
8. Задачи стратегического и оперативного маркетинга персонала
9. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.
10. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации. Анализ основных конкурентов.
11. Источники кадровой информации. Анализ конкурентной среды организации.
12. Общеэкономические, демографические процессы на рынке труда.
13. Определение качественной и количественной потребности в персонале.
14. Основные задачи внешнего и внутреннего маркетинга персонала, его понятийные элементы и принципы.
15. Основные факторы микросреды и внешней среды функционирования предприятия, анализируемые при реализации маркетинга персонала.
16. Оценка кадровой политики организаций конкурентов.
17. Позиционирование работодателя для соискателей.
18. Понятие сегментирования рынка труда, факторы сегментирования.
19. Реализация информационной функции маркетинга путем создания информационной базы для кадрового планирования. Разработка мероприятий по поддержке коммуникаций.
20. Роль маркетинга персонала в управлении персоналом.
21. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников.
22. Сущность HR-бренда
23. Сущность маркетинга персонала, основные цели и задачи.
24. Требования к специальностям и рабочим местам, подготовке и переподготовке персонала.
25. Функции маркетинга персонала
26. Этапы развития маркетинга персонала.
27. Этапы расчета показателей обеспеченности предприятия персоналом.

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: полнота, глубина, наличие структуры.

**Компетенция: ОПК-3 Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом, обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия**

Умение: Уметь обоснованно выбирать мероприятия для реализации стратегии управления персоналом, планировать способы их осуществления, предвидеть их организационные и социальные последствия

Задача № 1. задание сформировать мероприятия по найму и отбору по каждой стадии развития HR бренда

Задача № 2. задание провести анализ сегментирования, выделить критерии сегментирования потребителей HR бренда

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: полнота, глубина, наличие структуры.

**Компетенция: ОПК-3 Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом, обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия**

**Навык:** Владеть навыками осуществления мероприятий в контексте стратегического управления персоналом, навыками их документационного сопровождения, навыками оценки организационных и социальных последствий реализованных мероприятий

**Задание № 1.** задание выделить функции маркетинга персонала из положения о службе управления персоналом

**Задание № 2.** задание разработать шкалу оценки для рейтинга работодателей

### ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования <b>«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «БГУ»)</b>	Направление - 38.03.03 Управление персоналом Профиль - Управление персоналом Кафедра государственного управления и управления человеческими ресурсами Дисциплина - Маркетинг персонала
---	---

### БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. задание сформировать мероприятия по найму и отбору по каждой стадии развития HR бренда (35 баллов).
3. задание разработать шкалу оценки для рейтинга работодателей (35 баллов).

Составитель \_\_\_\_\_ О.В. Ганаза

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Б.Ж. Тагаров

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

#### а) основная литература:

1. Васильева А.Н., Балашова Н.В., Озерникова Т.Г., Беркович Т.А., Былков В.Г. и др. Управление персоналом организации.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2015.- 730 с.
2. Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие / Ю. А. Масалова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 196 с. — ISBN 978-5-4497-1171-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108232.html> (дата обращения: 06.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/108232>
3. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / О.Ю. Патласов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 384 с. — 978-5-394-02354-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60440.html>

#### б) дополнительная литература:

1. Кибанов А. Я. Ардадьон Яковлевич, Дуракова И. Б. Ирина Борисовна Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации. учеб. пособие для вузов. рек. УМО ВУЗов России в обл. менеджмента. 2-е изд., стер./ А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова.- М.: КноРус, 2012.-359 с.

2. [Инжиева Д.М. Управление персоналом \[Электронный ресурс\] : учебное пособие \(курс лекций\) / Д.М. Инжиева. — Электрон. текстовые данные. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2016. — 268 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/73272.html>](http://www.iprbookshop.ru/73272.html)
3. [Маркетинг в отраслях и сферах деятельности \[Электронный ресурс\] : учебник / В.Т. Гришина \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 446 с. — 978-5-394-02263-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60439.html>](http://www.iprbookshop.ru/60439.html)

## **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 Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Сайт для HR-менеджеров, адрес доступа: <http://www.hrm.ru>. доступ неограниченный
- ЭБС BOOK.ru - электронно-библиотечная система от правообладателя, адрес доступа: <http://www.book.ru/>. доступ неограниченный
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

## **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 маркетинга, рынка труда и занятости населения, экономики труда, оплаты труда персонала.

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);

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:

- MS Office,
- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,

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

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий