

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОГЛАСОВАНО**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра торгового дела и  
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий ОП ВО

**УТВЕРЖДАЮ**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра торгового дела и  
маркетинга**

наименование кафедры

**Ю.Ю. Сулова**

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
МОДУЛЬ: ТЕХНОЛОГИИ И  
ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА 4.0  
КРОСС-МАРКЕТИНГ**

Дисциплина Б1.В.02.04 МОДУЛЬ: ТЕХНОЛОГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ  
МАРКЕТИНГА 4.0  
Кросс-маркетинг

Направление подготовки / \_\_\_\_\_  
специальность \_\_\_\_\_

Направленность \_\_\_\_\_  
(профиль) \_\_\_\_\_

Форма обучения очно-заочная

Год набора 2021

Красноярск 2021

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

---

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

38.03.06 Торговое дело

---

очно-заочная форма обучения

---

2021 год набора

---

Программу  
составили

Ст. преподаватель, Веремеенко О.С.

---

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью преподавания дисциплины является освоение современных маркетинговых технологий взаимоотношений между партнерами для совместного продвижения товаров или услуг

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи:

- освоить особенности применения инструментов кросс-маркетинга в деятельности предприятия;
- уметь выстраивать работу компании по этапам реализации кросс-маркетинга;
- научиться эффективно взаимодействовать с партнерами с применением современных технологий продвижения товаров и услуг

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

<b>ПК-9:Способен осуществлять формирование и прогнозирование цен на товары, работы услуги</b>	
<b>ПК-9.1:Способен осуществлять формирование цен на товары, работы, услуги</b>	
Уровень 1	Подходы к формированию цен на товары, работы, услуги
Уровень 1	Формировать партнерские программы в соответствии с ценовой политикой предприятия
Уровень 1	Формировать цены на товары, работы, услуги предприятия при реализации партнерских программ
<b>ПК-9.2:Способен осуществлять прогнозирование цен на товары, работы, услуги</b>	
Уровень 1	Методы прогнозирования цен на товары, работы, услуги
Уровень 1	Прогнозировать цены на товары, работы, услуги при участии в партнерских программах
Уровень 1	Навыками прогнозирования цен на товары, работы, услуги в кросс-маркетинге
<b>ПК-11:Способен осуществлять консультирование в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд</b>	
<b>ПК-11.1:Способен осуществлять анализ рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд</b>	
Уровень 1	Методы сбора и анализа данных о рынке предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
Уровень 1	Анализировать рынок предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
Уровень 1	Навыками анализа рынка предмета закупок для государственных,

	муниципальных и корпоративных нужд для реализации партнерских программ
<b>ПК-11.2:Способен проводить консультирование по процедуре закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд</b>	
Уровень 1	Процедуру закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
Уровень 1	Проводить консультирование по процедуре закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
Уровень 1	Навыками консультирования по процедуре закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
<b>ПК-12:Способен организовывать и осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий</b>	
<b>ПК-12.1:Способен организовывать продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий</b>	
Уровень 1	Процесс организации продаж
Уровень 1	Организовывать совместные продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий
Уровень 1	Современными инструментами продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий
<b>ПК-12.2:Способен осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий</b>	
Уровень 1	Процесс продажи, в том с помощью современных информационных технологий
Уровень 1	Осуществлять совместные продажи, в том с помощью современных информационных технологий
Уровень 1	Навыками осуществления совместных продаж, в том с помощью современных информационных технологий
<b>ПК-7:Способен использовать современные информационные системы и интернет технологии в целях повышения эффективности продаж и деятельности предприятия</b>	
<b>ПК-7.1:Способен применять современные информационные системы и интернет технологии для повышения эффективности продаж</b>	
Уровень 1	Современные информационные системы и интернет технологии для повышения эффективности продаж при реализации кросс-маркетинга
Уровень 1	Выбирать оптимальные информационные системы и интернет технологии для повышения эффективности продаж при реализации кросс-маркетинга
Уровень 1	Инструментами повышения эффективности продаж при реализации кросс-маркетинга с помощью информационных систем и интернет технологий
<b>ПК-7.2:Способен использовать современные информационные системы и интернет технологии в целях повышения эффективности деятельности предприятия</b>	
Уровень 1	Современные информационные системы и интернет технологии для повышения эффективности продаж
Уровень 1	Использовать информационные системы и интернет технологии для повышения эффективности продаж при реализации кросс-

	маркетинга
Уровень 1	Инструментами повышения эффективности продаж при реализации кросс-маркетинга с использованием информационных систем и интернет технологий

#### 1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

«Кросс-маркетинг» (Б1.В.В.02.04) по направлению подготовки 38.03.06.00.30 «Торговое дело» (уровень академический бакалавриат), входит в Модуль: Технологии и инструменты маркетинга 4.0. Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении предшествующих курсов:

Интегрированные маркетинговые коммуникации в торговле  
 Кооперационно–сетевые взаимодействия и бизнес–модели  
 Проектный анализ и управление e-commerce проектами  
 Стратегический маркетинг  
 маркетинг в торговле и сервисе

Дисциплины, для которых освоение дисциплины «Кросс-маркетинг» необходимо как предшествующее:

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

#### 1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	Семестр
		8
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>2 (72)</b>	<b>2 (72)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>0,78 (28)</b>	<b>0,78 (28)</b>
занятия лекционного типа	0,39 (14)	0,39 (14)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия		
практикумы		
лабораторные работы	0,39 (14)	0,39 (14)
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,22 (44)</b>	<b>1,22 (44)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт)</b>		

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	СОДЕРЖАНИЕ И СУЩНОСТЬ КРОСС-МАРКЕТИНГА	7	0	7	24	ПК-11.1 ПК-11.2 ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-9.1 ПК-9.2
2	ВИДЫ И НАПРАВЛЕНИЯ КРОСС-МАРКЕТИНГА	7	0	7	20	ПК-11.1 ПК-11.2 ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-9.1 ПК-9.2
Всего		14	0	14	44	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Содержание и сущность кросс-маркетинга	2	0	0
2	1	Стратегический и тактический кросс-маркетинг	2	0	0
3	1	Процесс кросс-маркетинговой кампании	2	0	0
4	1	Кросс-маркетинг: условия реализации, эффективность	1	0	0

5	2	Кросс-промоушен, совместные программы лояльности	1	0	0
6	2	Совместное производство, копакинг, кобрендинговый продукт и карты	1	0	0
7	2	Совместная реклама в онлайн-пространстве и в оффлайн	1	0	0
8	2	Кросс-акция, совместный конкурс	2	0	0
9	2	Кросс-мероприятие, кросс-культурный маркетинг	2	0	0
Всего			14	0	0

### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

### 3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Содержание и сущность кросс-маркетинга	2	0	0
2	1	Стратегический и тактический кросс-маркетинг	2	0	0
3	1	Процесс кросс-маркетинговой кампании	2	0	0
4	1	Кросс-маркетинг: условия реализации, эффективность	1	0	0
5	2	Кросс-промоушен, совместные программы лояльности	1	0	0
6	2	Совместное производство, копакинг, кобрендинговый продукт и карты	1	0	0

7	2	Совместная реклама в онлайн-пространстве и в оффлайн	1	0	0
8	2	Кросс-акция, совместный конкурс	2	0	0
9	2	Кросс-мероприятие, кросс-культурный маркетинг	2	0	0
Итого			14	0	0

#### **4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Яковлева Е.Ю.	Современные технологии маркетинга: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...54.03.02.01 Декоративно-прикладное искусство в архитектурной среде]	Красноярск: СФУ, 2018

#### **5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

#### **6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Токарев Б. Е.	Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата	Москва: Издательство "Магистр", 2019
Л1.2	Секерин В. Д.	Инновационный маркетинг: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019
Л1.3	Ветцель К.Я	Маркетинг B2B: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.03.02.04 Маркетинг]	Красноярск: СФУ, 2019
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год

Л2.1	Куимов В. В., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Панкова Л. В.	Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2015
Л2.2	Христофоров А.В., Христофорова И. В.	Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы: Монография	Москва: Издательский Центр РИО□, 2019
<b>6.3. Методические разработки</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Яковлева Е.Ю.	Современные технологии маркетинга: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...54.03.02.01 Декоративно-прикладное искусство в архитектурной среде]	Красноярск: СФУ, 2018

## **8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Эффективность образовательных технологий зависит от активных методов обучения. Среди современных интерактивных методов обучения предусмотрены: лекции-презентации, учебные групповые дискуссии, методы анализа профессиональных ситуаций (кейсовая технология), деловые игры, ситуационные задачи и др. Активные методы носят элементы существенного приближения учебного процесса к практической профессиональной деятельности, тем самым способствуют формированию и оцениванию общекультурных и профессиональных компетенций обучающегося.

Формы организации учебного процесса по дисциплине:

### 1. Лекции.

Главная задача лекционных занятий по дисциплине - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности к осуществлению аналитической деятельности, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

В процессе изложения учебного материала по дисциплине применяются следующие виды лекций:

1) Вводная лекция - дает первое целостное представление об учебном предмете и ориентирует студента в системе работы по данному курсу. Основная цель - ознакомить студентов с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки бакалавров. Дается краткий обзор курса, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и

организационные особенности работы в рамках курса, а также дается анализ учебно-методической литературы, рекомендуемой студентам, уточняются сроки и формы отчетности.

2) Лекция-информация. Данные лекционные занятия ориентированы на изложение и объяснение студентам научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию.

3) Проблемная лекция. На таких лекциях новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения.

4) Лекция-визуализация. Занятия представляют собой визуальную форму подачи лекционного материала с помощью аудио и видеотехники. Чтение лекций сводится к развернутому или краткому комментированию просматриваемых визуальных материалов (слайдов в виде схем, графиков, моделей).

## 2. Практические занятия по решению задач.

Практические занятия предназначены для углубленного изучения дисциплины. На практических занятиях идет осмысление теоретического материала, формируется умение убедительно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности.

Для успешного овладения приемами решения конкретных задач студенту предоставляется возможность предварительного ознакомления с методикой решения задач с помощью материалов по методике решения задач, содержащихся в лекциях. Далее студенту предлагаются типовые задачи, решение которых позволяет отработать стереотипные приемы, используемые при решении задач, осознать связь между полученными теоретическими знаниями и конкретными проблемами, на решение которых они направлены

## 3. Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия по дисциплине формируют исследовательский подход к изучению учебного материала.

## 4. Контроль качества знаний.

Представляет собой проверку результатов учебно-познавательной деятельности студентов в процессе изучения дисциплины.

Итоговый контроль знаний студентов включает экзамен (итоговая аттестация по дисциплине).

## 5. Самостоятельная работа студентов.

СРС по дисциплине включает самостоятельную работу с лекционным (теоретическим) материалом, подготовку к лабораторным или практическим работам, самостоятельную работу с литературой, информационными базами данных, и является необходимым этапом для освоения теоретических знаний.

Взаимосвязь аудиторной и самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины заключается в необходимости подготовки студентов к занятиям, включая дополнение текстов лекций по дисциплине, рассмотрение проблемных вопросов.

Минимальный удовлетворительный уровень знаний, приобретенных после изучения курса, предполагает прочное усвоение всех экономических категорий, их состава, назначения методов определения и применения, а также изучения их взаимосвязей в динамике. Высокий уровень усвоения содержания дисциплины требует системы знаний экономического кругозора, умения использования рыночных категорий, в изучении процессов и взаимосвязей в практике.

В качестве промежуточного контроля знаний по дисциплине рекомендуется использовать:

- контрольные работы;
- письменные домашние задания;
- расчетно-аналитические задания;
- подготовка докладов выступлений по проблемным вопросам;
- промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины.

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### **9.1 Перечень необходимого программного обеспечения**

9.1.1	Перечень программного обеспечения
9.1.2	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP). Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный. Офисный пакет приложений, для операционных систем Microsoft Windows.
9.1.3	ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users.. Лицсертификат
9.1.4	EAV-0189835462 от 10.04.2017. Средство антивирусной защиты
9.1.5	Kaspersky Endpoint Security. Лицсертификат 2462–170522–081649–547–546 от 22.05.2017. Средство антивирусной защиты
9.1.6	
9.1.7	Перечень программного обеспечения находящегося в свободном доступе
9.1.8	Google Chrome, Yandex, Mozilla FireFox, Opera. Архиватор
9.1.9	zip, winrar. Программа для создания презентаций
9.1.1 0	Power Point MS Office
9.1.1 1	ABBYY FineReader. Сетевая программа распознавания текста

## 9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Перечень информационных технологий:
9.2.2	Информационная платформа LMS «Moodle»: Образовательный портал СФУ построенный на информационной платформе LMS Moodle и доступный по адресу e.sfu-kras.ru из любой точки, имеющей подключение к сети Интернет Ссылка на курс: <a href="https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=15825">https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=15825</a>
9.2.3	Электронно-библиотечные системы: Обеспечивается доступ к электронно-библиотечным системам издательств, например, ЭБС издательства «Лань», «Инфра-М», издательского дома «Гребенников»
9.2.4	Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
9.2.5	Российские электронные научные журналы и базы данных
9.2.6	ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
9.2.7	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
9.2.8	Университетская библиотека онлайн: <a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>
9.2.9	ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <a href="http://grebennikon.ru">http://grebennikon.ru</a>
9.2.1 0	Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <a href="http://dvs.rsl.ru">http://dvs.rsl.ru</a> (доступ к полному тексту), <a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> (доступ к каталогу)
9.2.1 1	Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <a href="http://www.znaniium.com">http://www.znaniium.com</a>
9.2.1 2	Электронно-библиотечная система «Лань»: <a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>
9.2.1 3	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: <a href="http://rucont.ru">http://rucont.ru</a>
9.2.1 4	Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <a href="http://elcat.kgtei.ru:82/">http://elcat.kgtei.ru:82/</a>
9.2.1 5	Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
9.2.1 6	Cambridge University Press: <a href="http://www.journals.cambridge.org">http://www.journals.cambridge.org</a>
9.2.1 7	Biological & Agricultural Index Plus: <a href="http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus">http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus</a>
9.2.1 8	Books24x7: <a href="http://library.books24x7.com/library.asp?">http://library.books24x7.com/library.asp?</a>
9.2.1 9	EBSCO Publishing: <a href="http://search.ebscohost.com">http://search.ebscohost.com</a>
9.2.2 0	Euromonitor International: <a href="http://www.portal.euromonitor.com">http://www.portal.euromonitor.com</a>
9.2.2 1	Journal Citation Reports (JCR): <a href="http://isiknowledge.com">http://isiknowledge.com</a>
9.2.2 2	E Complete: <a href="http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete">http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete</a>
9.2.2 3	Oxford Journals: <a href="http://www.oxfordjournals.org">http://www.oxfordjournals.org</a>

9.2.2 4	Science/AAAS: <a href="http://www.sciencemag.org">http://www.sciencemag.org</a>
9.2.2 5	Scopus: <a href="http://www.scopus.com">http://www.scopus.com</a>
9.2.2 6	Web of Science: <a href="http://isiknowledge.com">http://isiknowledge.com</a>
9.2.2 7	Elsevier (журналы открытого доступа): <a href="http://sciencedirect.com">http://sciencedirect.com</a>
9.2.2 8	Локальные базы данных
9.2.2 9	Электронный каталог НБ СФУ;
9.2.3 0	Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
9.2.3 1	Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
9.2.3 2	1. <a href="http://www.aup.ru">www.aup.ru</a> – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
9.2.3 3	2. <a href="http://www.budgetrf.ru">www.budgetrf.ru</a> – Бюджетная система РФ
9.2.3 4	3. <a href="http://www.businesspress.ru">www.businesspress.ru</a> - Деловая пресса. Электронные газеты
9.2.3 5	4. <a href="http://www.cfin.ru/">http://www.cfin.ru/</a> - Корпоративный менеджмент
9.2.3 6	5. <a href="http://www.ko.ru/">http://www.ko.ru/</a> - журнал «Компания»
9.2.3 7	6. <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> - «Консультант Плюс»
9.2.3 8	7. <a href="http://www.devbusiness.ru">www.devbusiness.ru</a> – Развитие бизнеса.Ру
9.2.3 9	8. <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> - Система Гарант
9.2.4 0	9. <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> - Федеральная служба государственной статистики
9.2.4 1	10. <a href="http://www.rbc.ru">www.rbc.ru</a> – РосБизнесКонсалтинг
9.2.4 2	11. <a href="http://www.retail.ru/">http://www.retail.ru/</a> - Все о розничной торговле
9.2.4 3	12. <a href="http://www.russianmarket.ru">www.russianmarket.ru</a> – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
9.2.4 4	13. <a href="http://www.sostav.ru">www.sostav.ru</a> – Реклама, маркетинг, PR
9.2.4 5	

9.2.4 6	На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности.
------------	---

## **10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).