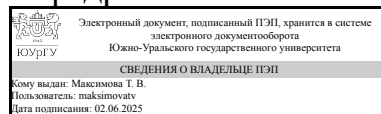


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



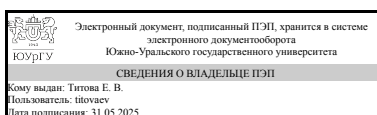
Т. В. Максимова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.08 Правовое регулирование маркетинговой деятельности
для направления 38.04.02 Менеджмент
уровень Магистратура
магистерская программа Стратегический и инновационный маркетинг
форма обучения очная
кафедра-разработчик Конституционное и административное право

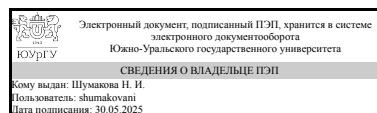
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Зав.кафедрой разработчика,
д.юрид.н., проф.



Е. В. Титова

Разработчик программы,
старший преподаватель



Н. И. Шумакова

1. Цели и задачи дисциплины

Главная цель дисциплины «Правовое обеспечение маркетинговой деятельности» - исследовать особенности основных институтов двух наук: маркетинга и права, рассмотреть правовое положение участников маркетинговых правоотношений; выделить особенности правового регулирования маркетинга в различных сферах деятельности; государственно – правовое регулирование маркетинговой деятельности, а также частно-правовое регулирование отношений, складывающихся в сфере маркетинговой деятельности. Задачами изучения дисциплины являются: закрепление теоретических знаний о маркетинге, умение корректно пользоваться и применять законодательство с учётом принятой судебной-арбитражной практики; умение анализировать развитие российского законодательства.

Краткое содержание дисциплины

В содержание программы входят следующие вопросы: - понятие и цели правового регулирования маркетинговой деятельности; - источники правового регулирования маркетинговой деятельности; - субъекты маркетинговой деятельности; - государственное регулирование отношений в сфере маркетинговой деятельности; - договорные отношения, складывающиеся в сфере маркетинговой деятельности; - правовая охрана результатов интеллектуальной деятельности в сфере маркетинговой деятельности и другие.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен планировать и осуществлять контроль маркетинга в организации	Знает: - основные источники правового регулирования в сфере маркетинговой деятельности; - основные требования нормативно-правовых актов, предъявляемые к хозяйствующим субъектам в условиях конкуренции на рынке Умеет: - разрабатывать и оценивать маркетинговую деятельность соответствии с основными требованиями нормативно-правовых актов Имеет практический опыт: - анализа нормативно-правовых актов, содержащих обязательные требования к осуществлению маркетинговой деятельности
ПК-5 Способен управлять маркетинговой деятельностью организации в различных отраслях, рынках и сферах деятельности	Знает: - основные требования нормативно-правовых актов, предъявляемые к созданию и деятельности корпораций и иных хозяйствующих на рынке субъектов Умеет: - анализировать механизм взаимодействия организации с государственными органами, контрагентами и потребителями с позиции соответствия действующему законодательству; - выявлять тенденции развития политико-правовой,

	социально-экономической ситуации и оценивать их влияние на деятельность организации Имеет практический опыт: - выработки планов по взаимодействию с государственными органами, потребителями и контрагентами в рамках действующего законодательства на основе учебных кейсов
--	---

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Отраслевой маркетинг, Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) (2 семестр), Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	Управление маркетинговой деятельностью, Оценка эффективности и результативности маркетинговой деятельности, Маркетинг на международном рынке товаров и услуг, Международный маркетинг, Маркетинг в цифровой среде, Производственная практика (преддипломная) (4 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Отраслевой маркетинг	Знает: - методику проведения анализа отраслей, специфику методов маркетингового анализа на различных типах рынков, - особенности маркетинговой деятельности в различных отраслях, специфику маркетинговых технологий, методов и инструментов в промышленном маркетинге, в сфере услуг, торговле и других отраслях Умеет: - определять географические, продуктовые границы исследуемого рынка, оценивать целесообразность применения методов и инструментов анализа в зависимости от типа отрасли или конкретного рынка, - адаптировать методы и инструменты маркетинга к отраслевым особенностям и специфике сферы деятельности компании Имеет практический опыт: - оценки основных экономических характеристик исследуемой отрасли, - обоснования границ исследуемого объекта при отраслевом анализе и выявления специфики отрасли, рынка или сферы деятельности
Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) (2 семестр)	Знает: - концепции расширенного комплекса маркетинга, - методы стратегического и оперативного контроля маркетинга, - отраслевую специфику маркетинговой деятельности, - методики анализа рынков, инструменты стратегического анализа, - методы ситуационного анализа в маркетинге, -

	концепции организационных полномочий и делегирования, - технологии самоменеджмента Умеет: - обосновывать применение концепций "маркетинг-микс" с учетом специфики деятельности компании, - проводить мониторинг маркетинговой деятельности предприятия, - обосновывать применение современных маркетинговых технологий, осуществлять выбор методов управления маркетингом с учетом специфики отрасли, рынка или сферы деятельности предприятия, - определять потребности и направления проведения маркетингового анализа рынка на конкретном предприятии, - обобщать и оценивать результаты самостоятельных исследований, - выстраивать эффективные взаимосвязи в коллективе, - планировать рабочее время, определять приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки Имеет практический опыт: - разработки решений в области продуктовых и ценовых стратегий, стратегий распределения и продвижения предприятия, - разработки и обоснования мероприятий, направленных на совершенствование отдельных маркетинговых функций, - проведения маркетингового анализа предприятия с учетом специфики отрасли, рынка и сферы деятельности, - планирования и проведения исследований рынка в рамках тематики самостоятельного научного исследования, - анализа маркетинговой деятельности предприятия, выявления проблем и разработки мероприятий по решению проблем, - эффективного взаимодействия с коллективом предприятия в рамках проведения исследования, - разработки реалистичных планов исследования, согласованных с имеющимися возможностями
Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	Знает: - принципы эффективной командной работы, - основы отраслевого маркетинга, специфику потребительских и промышленных рынков, маркетинга в сфере услуг и особенности инструментария маркетинга в зависимости от отраслевой принадлежности компании, - подходы к организации маркетинговой деятельности на предприятии, перспективные направления исследований, - элементы комплекса маркетинга (4Р), положения современных маркетинговых концепций, - методы оперативного контроля маркетинга, - технологии личностного и профессионального роста, - концепцию маркетинга взаимодействия, подходы к исследованию потребителей и конкурентов Умеет: - работать в команде, эффективно взаимодействуя с членами команды для достижения общих целей, - определять отраслевую специфику бизнеса и обосновывать

	применение технологий и инструментов с учетом этой специфики, - проводить анализ маркетинговой деятельности предприятия, - анализировать деятельность компании по элементам концепции "маркетинг-микс", - оценивать маркетинговую деятельность компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса, - эффективно осуществлять собственные научные изыскания и достигать поставленной цели в условиях существующих ограничений, - применять методы анализа элементов маркетинговой среды компании, проводить анализ потребителей, конкурентов, поставщиков Имеет практический опыт: - адаптации в новом коллективе и встраивания в команду в рамках проведения исследования, - обоснования отраслевой специфики маркетинговой деятельности предприятия в рамках самостоятельного исследования, - разработки перечня потенциальных проблем/направлений совершенствования маркетинговой деятельности предприятия, - проведения анализа решений предприятия по элементам комплекса маркетинга и разработки рекомендации по их развитию, - планирования и проведения мониторинга оперативной маркетинговой деятельности компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса, - эффективного самоменеджмента в достижении целей исследования, - оценки факторов среды косвенного воздействия (макросреды), оценки влияния макросреды на положение компании, проведения анализа потребителей, конкурентного анализа
--	--

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		3
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75
Изучение и конспектирование материалов к практическим занятиям. Подготовка докладов. Решение задач. Подготовка к тестированию	20,75	20.75

Подготовка к зачету	15	15
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Общие положения о маркетинговой деятельности	16	8	8	0
2	Публично-правовые и частно-правовые требования к осуществлению маркетинговой деятельности	16	8	8	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1-2	1	Общие положения о маркетинговой деятельности	4
3-4	1	Маркетинг как вид экономической деятельности	4
5-6	2	Частно-правовые требования к осуществлению маркетинговой деятельности	4
7-8	2	Публично-правовые требования к осуществлению маркетинговой деятельности	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Понятие и источники правового регулирования маркетинговой деятельности	2
2	1	Субъекты маркетинговой деятельности: понятие, классификация, создание, прекращение деятельности. Государственная регистрация юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.	2
3	1	Лицензирование отдельных видов деятельности	2
4	1	Государственный контроль (надзор) и муниципальный надзор в сфере осуществления маркетинговой деятельности	2
5	2	Техническое регулирование качества и безопасности товаров, работ, услуг	2
6	2	Антимонопольное регулирование в сфере осуществления маркетинговой деятельности	2
7	2	Правовое регулирование рекламы	2
8	2	Общие положения о договорах в сфере маркетинговой деятельности	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на	Семестр	Кол-во

	ресурс		часов
Изучение и конспектирование материалов к практическим занятиям. Подготовка докладов. Решение задач. Подготовка к тестированию	ПУМД 1,2,3,4, ЭУМД 1,2,	3	20,75
Подготовка к зачету	ПУМД 1,2,3,4, ЭУМД 1,2,	3	15

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	3	Промежуточная аттестация	Зачет	-	4	Порядок начисления баллов за ответ на теоретический вопрос: 1) использование правовых норм действующего законодательства при ответе (максимум – 1 б.): ответ основан на действующем законодательстве – 1 б.; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 б.; 2) содержание ответа на теоретический вопрос – максимум 1 б.: раскрыты все аспекты вопроса (например, понятие, признаки, принципы, субъекты и т.д.) – 1 б.; вопрос раскрыт частично – 0,5 б.; вопрос не раскрыт (нет ответа) – 0 б. Обучающийся может набрать за ответ на теоретический вопрос максимум 2 балла. Порядок начисления баллов за практическое задание: 1) использование действующего законодательства (максимум – 1 б.): решение основано на действующем законодательстве в полном объеме – 1 б.; частично – 0,5 б.; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 б.; 2) правильность выполнения практического задания (максимум 1 б.): практическое задание выполнено верно – 1 б.; практическое задание выполнено частично – 0,5 б.; практическое задание выполнено неверно – 0 б. Максимальный балл за мероприятие промежуточной аттестации - 4 балла	зачет

2	3	Текущий контроль	Доклады	0,2	20	Выступление с докладом осуществляется на занятиях по плану практических занятий. Оценивание результатов происходит с учетом балльно-рейтинговой системы оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Порядок начисления баллов за доклад: 2 балла – доклад основан на действующей редакции закона 2 балла – доклад отражает правовые позиции Верховного Суда РФ по рассматриваемому вопросу 2 балла - доклад отражает основные проблемы права 4 балла – доклад содержит точки зрения на определенные докладчиком проблемы правового регулирования 2 балла – доклад содержит кратко изложенные примеры из актуальной судебной практики Оформление доклада 2 балл – доклад оформлен надлежащим образом (4–5 страниц шрифтом Times New Roman, размер шрифта – 14 pt, междустрочный интервал 1,5, выравнивание текста по ширине) 2 балла – доклад своевременно размещен в данном ресурсе 4 балла – с докладом в данный ресурс прикреплена презентация, отражающая основные содержательные моменты доклада, объемом не менее 7 слайдов Максимальный балл за доклад - 20 баллов.	зачет
3	3	Бонус	Участие в конференции	-	5	В качестве бонуса учитываются участие в конференциях и публикации (+ 5 % к рейтингу по дисциплине) Необходимо до зачетной недели копии документов – диплома, сертификата об участии в конференции либо программу конференции (оглавление сборника статей (тезисов), изданного по материалам конференции) Международная (участие + публикация) – 5 баллов Национальная (участие + публикация) – 4 балла Международная (участие) – 2 балла Национальная (участие) – 1 балл	зачет
4	3	Текущий контроль	Решение задач	0,2	20	Задачи решаются в письменном виде. Задачи представляются преподавателю на проверку на практическом занятии по соответствующей теме. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания	зачет

					результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). При решении задач обязательно используются нормативные правовые акты в последней редакции, приводится анализ судебной практики. Студенту даются две задачи для решения. Порядок начисления баллов за задачу: 1) использование действующего законодательства (максимум – 6 б.): решение основано на действующем законодательстве в полном объеме – 6 б.; частично – 3-5 б.; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 б.; 2) соблюдение логики выполнения практического задания (максимум – 2 б.): в полном объеме – 2 б.; допущены незначительные логические ошибки (не повлияли на результат решения) – 1 балл; допущенные существенные логические ошибки привели к неверному выполнению задания, практическое задание/задача не выполнено – 0 баллов. 3) правильность выполнения практического задания (максимум 2 б.): практическое задание выполнено верно – 2 б.; практическое задание выполнено частично – 1 б.; практическое задание выполнено неверно – 0 б. За выполнение одной практической задачи обучающийся может набрать максимум 10 баллов. Максимальный балл за решение двух задач - 20 баллов.		
5	3	Текущий контроль	Устный опрос	0,2	20	Устный опрос осуществляется на занятиях, посвященных изучению тем в рамках разделов 1 и 2 плана практических занятий. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Студенту задаются четыре теоретических вопроса. Порядок начисления баллов за ответ на теоретический вопрос: 1) использование правовых норм действующего законодательства при ответе (максимум – 1 б.): ответ основан на действующем законодательстве – 1 б.; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 б.; 2) знание современных точек зрения по	зачет

						проблеме (максимум – 2 б.): при ответе на теоретический вопрос отражены 3-и и более точек зрения на проблему – 2 б.; при ответе отражены две и менее точек зрения на проблему – 1 б.; ответ не отражает знание проблем правового регулирования – 0 б.; 3) содержание ответа на теоретический вопрос – максимум 2 б.: раскрыты все аспекты вопроса (например, понятие, признаки, принципы, субъекты и т.д.) – 1 б.; вопрос раскрыт частично – 1 б.; вопрос не раскрыт (нет ответа) – 0 б. За ответ на каждый теоретический вопрос обучающийся может получить 5 б. Всего за ответ на все 4 вопроса можно получить 20 баллов	
6	3	Текущий контроль	Тестирование по разделу 1, темам 1-3 дисциплины	0,2	20	Обучающийся самостоятельно решает тест в курсе в Электронном ЮУрГУ в период после заключительного практического занятия, предусмотренного программой дисциплины до проведения зачета. Оценивание результатов устного опроса происходит с учетом балльно-рейтинговой системы оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Тест состоит из 20 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 20 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Максимальное количество баллов за решение тестовых заданий - 20.	зачет
7	3	Текущий контроль	Тестирование по разделу 2, темам 3-5 дисциплины	0,2	20	Обучающийся самостоятельно решает тест в курсе в Электронном ЮУрГУ в период после заключительного практического занятия, предусмотренного программой дисциплины до проведения зачета. Оценивание результатов устного опроса происходит с учетом балльно-рейтинговой системы оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Тест состоит из 20 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 20 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Максимальное количество баллов за решение тестовых заданий - 20	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Промежуточная аттестация (зачет) проводится на основе результатов текущего контроля. На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При оценке результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 №179, в редакции приказа ректора от 10.03.2022 № 25-13/09). По результатам выполненных мероприятий текущего контроля в процентном выражении формируется оценка за курс. При условии выполнения мероприятий текущего контроля и достижения рейтинга 60 – 100 % обучающийся получает соответствующую рейтингу оценку. Для получения оценки на основании рейтинга по текущему контролю обязательно достижение результата выполнения тестирований с достижением по каждому из них результата не менее 80 %. При желании обучающегося повысить рейтинг по дисциплине зачет проводится в форме устного собеседования – из перечня вопросов для подготовки к зачету студенту задаются – один теоретический вопрос и одно практическое задание.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ						
		1	2	3	4	5	6	7
ПК-4	Знает: - основные источники правового регулирования в сфере маркетинговой деятельности; - основные требования нормативно-правовых актов, предъявляемые к хозяйствующим субъектам в условиях конкуренции на рынке	+	+	+		+		
ПК-4	Умеет: - разрабатывать и оценивать маркетинговую деятельность соответствии с основными требованиями нормативно-правовых актов	+	+	+			+	+
ПК-4	Имеет практический опыт: - анализа нормативно-правовых актов, содержащих обязательные требования к осуществлению маркетинговой деятельности	+	+		+			
ПК-5	Знает: - основные требования нормативно-правовых актов, предъявляемые к созданию и деятельности корпораций и иных хозяйствующих на рынке субъектов	+		+		+		
ПК-5	Умеет: - анализировать механизм взаимодействия организации с государственными органами, контрагентами и потребителями с позиции соответствия действующему законодательству; - выявлять тенденции развития политико-правовой, социально-экономической ситуации и оценивать их влияние на деятельность организации	+		+				+
ПК-5	Имеет практический опыт: - выработки планов по взаимодействию с государственными органами, потребителями и контрагентами в рамках действующего законодательства на основе учебных кейсов	+			+			

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

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

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

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

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Предпринимательское право : учебник для вузов / под редакцией С. Ю. Морозова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 592 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17622-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/568084
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Предпринимательское право. Правовое регулирование отдельных видов предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / под редакцией Г. Ф. Ручкиной. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 553 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14490-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/567962
3	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Шаблова, Е. Г. Международное коммерческое (торговое) право : учебник для вузов / Е. Г. Шаблова, О. В. Жевняк ; под общей редакцией Е. Г. Шабловой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 79 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17641-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/56425
4	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Белов, В. А. Международное торговое право и право ВТО в 3 кн. Книга 1. Понятие и источники международного торгового права. Обычное и конвенционное (договорное) международное торговое право : учебник для вузов / В. А. Белов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 347 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01912-4. —

			Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/561637
5	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Белов, В. А. Международное торговое право и право ВТО в 3 кн. Книга 2. Частноунифицированное международное торговое право : учебник для вузов / В. А. Белов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 426 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04389-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/561638
6	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Белов, В. А. Международное торговое право и право ВТО в 3 кн. Книга 3. Наднациональное международное торговое право (право ЕС и ВТО) : учебник для вузов / В. А. Белов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 218 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01914-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/561639

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Project(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных rolpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. -База данных ВИНТИ РАН(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	442 (2)	1) комплект мебели по количеству обучающихся; 2) комплекты раздаточного материала (задания к практическим занятиям, образцы договоров, тесты) по количеству обучающихся
Практические занятия и семинары	442 (2)	1) комплект мебели по количеству обучающихся; 2) комплекты раздаточного материала (задания к практическим занятиям, образцы договоров, тесты) по количеству обучающихся
Зачет	442 (2)	1) комплект мебели по количеству обучающихся; 2) комплекты раздаточного материала (задания к практическим занятиям, образцы договоров, тесты) по количеству обучающихся