

**УТВЕРЖДЕНО:**

Проректор по молодежной политике и  
региональному развитию

С.В. Соловьева

\_\_\_\_\_ 2023\_ г.

## **Б1.О.15 Маркетинг медицинских и сестринских услуг**

Направление подготовки:

34.04.01 Управление сестринской деятельностью (уровень магистратуры)

Формы обучения: заочная

Год набора: 2023

Срок получения образования: 2 года 6 месяцев

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.  
в академических часах: 108 ак.ч.

Курс: 2

Семестр: 4

Разделы (модули): 1

Зачет с оценкой: 4 семестр

Лекционные занятия: 6 ч.

Практические занятия: 24 ч.

Самостоятельная работа: 78 ч.

**Разработчики:**

Кафедра фармацевтических дисциплин,  
Заведующий кафедрой фармацевтических дисциплин, д.фарм.н., профессор Кныш О.И.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры фармацевтических дисциплин  
(протокол № 7 от 21.04.2023 года)

Заведующий кафедрой, д.фарм.н., профессор \_\_\_\_\_ Кныш О.И.  
(Подпись)

**Рецензенты:**

Декан фармацевтического факультета, зав. кафедрой управления и экономики фармации,  
фармакогнозии ФГБОУ ВО Уральский ГМУ Минздрава России, д.фарм.н., профессор Г.Н.  
Андрианова

Заместитель генерального директора АО «Фармация» Гердт И.И.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями  
Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования –  
магистратура по направлению подготовки 34.04.01 Управление сестринской деятельностью,  
утверждённого приказом Минобрнауки России от 26.05.2020 г. № 684; Профессионального  
стандарта «Специалист в области организации здравоохранения и общественного здоровья»,  
утвержденного приказом Минтруда России от 07.11.2017 № 768н; Профессионального стандарта  
«Специалист по управлению персоналом», утвержденного приказом Минтруда России от  
06.10.2015 № 691н.

<b>Согласование и утверждение</b>					
№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Методический совет по последипломному образованию	Председатель методического совета	Жмуров В.А.	Согласовано	16.05.2023, № 4
2	Центральный координационный методический совет	Председатель ЦКМС	Василькова Т.Н.	Согласовано	17.05.2023, № 9

## **1. Цель и задачи освоения дисциплины**

**Целью освоения дисциплины** Б1.О.15 «Маркетинг медицинских и сестринских услуг» является формирование у магистрантов комплекса знаний, умений и навыков в области менеджмента и маркетинга, необходимых для эффективного управления медицинской организацией.

Дисциплина направлена на личностный рост обучающихся, развитие их профессиональных способностей, в соответствии с требованиями Профессионального стандарта «Специалист в области организации здравоохранения и общественного здоровья», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 07.11.2017г. № 768н.

### **2. Задачи освоения дисциплины:**

1. Обеспечить магистрантов знаниями об основополагающих понятиях и элементах маркетинга медицинских и сестринских услуг организаций здравоохранения всех организационно-правовых форм и видов собственности;
2. Сформировать практические умения проведения маркетинговых исследований в медицинских организациях;
3. Привить будущим магистрам знания основ маркетингового управления организациями здравоохранения;
4. Сформировать навыки разработки плана маркетинговой деятельности медицинской организации, служб материального и фармацевтического обеспечения, различных учебных и научных подразделений;
5. Овладеть навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа, логики различного рода рассуждений;
6. Формирование у будущих магистров в здравоохранении правовой культуры (знание законодательных актов и других нормативных документов, регулирующих правоотношения в процессе маркетинговой деятельности медицинской организации), экономической культуры (воспитание экономической ответственности, активной социальной позиции, развитие способности к предпринимательству, изучению рыночных механизмов в процессе оказания медицинских услуг), гуманного отношения к пациентам (ответственности за здоровье и состояние больных, соблюдения норм медицинской этики и деонтологии); знания современных коммуникаций.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина Б1.О.15 «Маркетинг медицинских и сестринских услуг» относится к Блоку Б1.О базовой части учебного плана основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 34.04.01 Управление сестринской деятельности (уровень магистратуры), является обязательной дисциплиной и изучается в 4 семестре.

### **3. Перечень компетенций в процессе освоения дисциплины**

Рабочая программа ориентирована на формирование знаний, умений и трудовых действий (владений) для выполнения трудовых функций профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 06.10.2015г. № 691н.

Рабочая программа ориентирована на формирование знаний, умений и трудовых действий (владений) для выполнения трудовых функций профессионального стандарта: «Специалист в области организации здравоохранения и общественного здоровья», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 07.11.2017г. № 768н.

## **Перечень универсальных, общекультурных и профессиональных компетенций**

Индикаторы (показатели) достижений профессиональной деятельности (компетенций)			Код и наименовани е трудовых функций	Название профессиональног о стандарта/ Анализ опыта, мнение работодателей
Знать	Уметь	Трудовые действия (владеть)		
<b>ОПК-3. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность сестринской службы медицинской организации</b>				
новые виды медицинских и медсестринских услуг, методы маркетинговых исследований, спрос и предложения на рынке для разработки маркетинговой стратегии.	разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность сестринских служб медицинских организаций	практическим опытом разработки маркетинговых программ для медицинской организации.	-	Анализ опыта, мнение работодателей
<b>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</b>				
методы представления и описания результатов проектной деятельности; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе	обосновывать практическую и теоретическую значимость полученных результатов; проверять и анализировать проектную документацию; прогнозировать развитие процессов в проектной профессиональн ой области; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации проекта; рассчитывать качественные и количественные результаты, сроки выполнения проектной	опытом управления проектами в области, соответствующей профессиональной деятельности; распределения заданий и побуждения других к достижению целей; управления разработкой технического задания проекта, управления реализации профильной проектной работы; участия в разработке технического задания проекта и программы реализации проекта в профессиональной области	-	Анализ опыта, мнение работодателей

	работы в профессиональной области			
<b>Тип задач профессиональной деятельности:</b> Организационно-управленческая				
<b>Обобщенная трудовая функция / задача профессиональной деятельности</b> Управление структурным подразделением медицинской организации				
<b>ПК-5. Способен осуществлять управление обособленным подразделением медицинской организации, больницей (домом) сестринского ухода, хосписом</b>				
нормативно-правовое обеспечение регулирования профессиональной деятельности; принципы современного менеджмента; основы бизнес-планирования; принципы управления качеством медицинской и сестринской помощи;	разрабатывать планы и программы, формировать систему показателей обособленного подразделения медицинской организации, осуществлять общее управление больницы (дома) сестринского ухода, хосписа);	практическим опытом управления обособленным подразделением медицинской организации, больницы (дома) сестринского ухода, хосписа).	F/02.8 Управление медицинской организацией	ПС «Специалист в области организации здравоохранения и общественного здоровья»

#### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы, 108 часов.

##### **Дисциплинарный модуль 1. Маркетинг медицинских и сестринских услуг** **Модульная единица 1.1. Теоретические основы маркетинга. Основы маркетинга медицинских и сестринских услуг**

Общая цель и задачи курса. Содержание и интеграция с другими дисциплинами. Определение общего маркетинга. Сущность медицинского и фармацевтического маркетинга. Основные определения и понятия. Связь медицинского и фармацевтического маркетинга с качеством и эффективностью организаций здравоохранения. Зарубежный опыт систем медицинского и фармацевтического маркетинга.

Отдел маркетинга как основное звено при маркетинговых исследованиях Основные функции отдела маркетинга. Структура отделов маркетинга в различных фирмах и странах. Варианты организации отделов маркетинга в зависимости от общей фирменной структуры медицинской организации. Место врача, медицинской сестры и провизора в работе отдела маркетинга.

Маркетинг медицинских и сестринских услуг (МУ и СУ), его сущность и особенности. Краткий исторический обзор развития медицинского маркетинга как науки. Основные термины и понятия - нужда, потребность, обмен, запрос, спрос, товар, продукт, услуга, маркетинг продуктов, маркетинг услуг, маркетинговая система, основные составляющие, субъекты маркетинга, окружающая маркетинговая среда, микросреда, макросреда, средства маркетинга, основной потребитель - пациент, промежуточные потребители - врач, медсестра, провизор, члены семьи.

Виды маркетинга МУ и СУ. Основные цели, задачи, функции маркетинга МУ и СУ. Основные подходы, используемые в маркетинге МУ и СУ – социально-этический маркетинг, стратегический и операционный маркетинг. Окружающая маркетинговая среда.

##### **Модульная единица 1.2. Маркетинговые исследования в здравоохранении**

Процесс маркетингового исследования в здравоохранении. Основной инструмент в маркетинге - компьютерные технологии. Традиционные объекты маркетинговых исследований рынка МУ и СУ. Сегментация, ёмкость, конъюнктура, эластичность спроса, жизненный цикл МУ и СУ, конкурентоспособность, спрос и предложение. Цены и ценообразование.

Анализ рынка МУ и СУ. Изучение спроса и предложения МУ и СУ. Особенности изучения текущего рыночного спроса на МУ и СУ. Оценка совокупного рыночного спроса. Прогнозирование спроса на МУ и СУ. Предложение. Соотношение между спросом и предложением на рынке МУ и СУ. Сегментирование рынка, позиционирование услуги на рынке. Общие подходы к сегментированию рынка МУ и СУ и их особенности. Классификация основных переменных, по которым проводят сегментирование рынка при маркетинговых исследованиях МУ и СУ. Многофакторная сегментация рынка услуг. Особенности позиционирования на рынке МУ и СУ.

Параметры позиционирования на рынке МУ и СУ. Стратегия позиционирования. Оценка конкурентоспособности МУ и СУ. Определение понятий, оценка и параметры конкурентоспособности.

### **Модульная единица 1.3. План маркетинговых мероприятий в медицинских организациях**

Маркетинговые исследования применительно к исследованию различных отделений клиник, поликлиник и хосписов.

Стратегический маркетинг. Ситуационный анализ. Основные источники информации при ситуационном анализе. Роль врача и медицинской сестры в ситуационном анализе.

Маркетинговый синтез. Выдвижение целей; оценка целей; принятие решения для стратегического планирования. Роль врача и медицинской сестры в маркетинговом синтезе.

Стратегическое планирование. Роль врача и медицинской сестры при стратегическом планировании. Выдвижение стратегии; выбор стратегии; принятие решения о разработке планирования.

Операционный маркетинг. Тактическое планирование. Определение тактики; разработка оперативного плана; реализация оперативного плана. Роль врача и медицинской сестры при тактическом планировании. Маркетинговый контроль. Сбор данных; оценка данных; принятие решения о следующем этапе ситуационного анализа. Роль врача и медицинской сестры в маркетинговом контроле.

#### **Разделы дисциплины и виды занятий**

№ п/п	Наименование модульной единицы	Лекции			Семинарские занятия				СРС	Всего часов	Форма контроля
		Всего часов	аудиторная работа	внеаудиторная	Всего часов	аудиторная работа	внеаудиторная	симуляционное			
1.	Модульная единица 1.1 Теоретические основы маркетинга. Основы маркетинга медицинских услуг	2	-	2	5	-	5	-	24	31	тестирование, опрос, презентации, написание реферата.
2	Модульная единица 1.2. Маркетинговые исследования в здравоохранении	2	-	2	12	-	12	-	46	60	тестирование, подготовка презентации, решение ситуационных задач,

											написание реферата.
4.	Модульная единица 1.3. План маркетинговых мероприятий в медицинских организациях	2	-	2	4	-	4	-	8	14	тестирование, собеседование, творческое задание, подготовка и выступление с презентацией.
	Зачет				3	-	3			3	Тестирование
	Итого:	6	-	6	24	-	24	-	78	108	

#### Тематический план лекций

№ п/п	Тематика лекций	Кол-во часов	Вид внеаудиторной контактной работы	Кол-во часов
<b>Модульная единица 1.1. Теоретические основы маркетинга. Основы маркетинга медицинских услуг</b>				
1.	Теоретические основы маркетинга в здравоохранении.	-	видео-лекция	2
<b>Модульная единица 1.2. Маркетинговые исследования в здравоохранении</b>				
2.	Изучение потребительских предпочтений потребителей медицинских услуг.	-	видео-лекция	2
<b>Модульная единица 1.3. План маркетинговых мероприятий в медицинских организациях</b>				
3.	Маркетинговое планирование в деятельности медицинских организаций.	-	видео-лекция	2
	Итого:	-	-	6
	<b>Всего 6 часов</b>	-	-	-

#### Тематический план практических занятий

№ п/п	Тематика занятий	Количество часов аудиторной работы	Внеаудиторная контактная работа		Симуляционное обучение	
			вид	часы	вид	часы
<b>Модульная единица 1.1. Теоретические основы маркетинга. Основы маркетинга медицинских услуг</b>						
1.	Теоретические основы маркетинга в здравоохранении. Медицинский и фармацевтический маркетинг.	-	-	2	-	-
2.	Основы маркетинга медицинских услуг. Особенности медицинских услуг. Объекты исследования в медицинском маркетинге. <b>Контроль по модульной единице 1.1</b>	-	-	3	-	-
<b>Модульная единица 1.2. Маркетинговые исследования в здравоохранении</b>						
3.	Маркетинговые исследования. Составление плана	-	-	2	-	-

	маркетинговых исследований элементов медицинского маркетинга.					
4.	Анализ рынка медицинских услуг. Изучение спроса и предложения медицинских услуг.	-	-	2	-	-
5.	Изучение потребительских предпочтений потребителей медицинских услуг	-	Анкетирование населения с последующим анализом и предоставлением результатов	2	-	-
6.	Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг	-	Написание и защита рефератов, разработка мультимедийных презентаций	2	-	-
7.	Оценка конкурентоспособности медицинских услуг <b>Контроль по модульной единице 1.2</b>	-	Поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуальному заданию «Оценка конкурентоспособности платных МУ»	4	-	-
<b>Модульная единица 1.3. План маркетинговых мероприятий в медицинских организациях</b>						
8.	Маркетинговое планирование в деятельности медицинских организаций	-	-	4	-	-
9.	<b>Зачет</b>	-	-	3	-	-
	<b>Итого:</b>	-	-	<b>24</b>	-	-
	<b>Всего 24 часа</b>	-	-	-	-	-

### 5. Рекомендуемые образовательные технологии

С целью формирования и развития требуемых ФГОС ВО и ОПОП ВО компетенции при освоении дисциплины «Маркетинг медицинских и сестринских услуг» в образовательном процессе используются как традиционные, так и инновационные методы организации учебного процесса:

1. традиционные формы организации учебного процесса (лекции, практические занятия);
2. внеаудиторная контактная работа:
  - просмотр мультимедийных презентаций;
  - анкетирование населения с последующим анализом и предоставлением результатов;
  - поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуальному заданию по теме «Оценка конкурентоспособности платных МУ»;
  - написание и защита рефератов;
  - индивидуальная работа с обучающимися с использованием дистанционных технологий по темам практических занятий и подготовки к СНО;
3. активные формы обучения:



- моделирование и разбор конкретных ситуаций;
- выполнение творческой работы по теме: «Организация рекламной деятельности».

Написание и защита творческой работы формирует навыки работы со специальной литературой, способность к анализу актуальных проблем, а также способность в письменной и устной форме логически правильно выстроить свой доклад, суметь отметить самое главное, правильно оформить результаты своего исследования и донести их до своих коллег.

Использование в образовательном процессе инновационных методов таких как: решение актуальных проблемных ситуаций, возникающих при осуществлении маркетинговой деятельности МО, моделирование и разбор конкретных ситуаций, видео просмотр презентаций, видео-лекций позволяют реализовать компетентностный подход и дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины «Маркетинг медицинских и сестринских услуг».

Применяются виды текущего и итогового контроля: устный экспресс-опрос, тестированный контроль для определения входного и итогового уровня знаний, выполнение домашних индивидуальных заданий с последующей проверкой и оценкой.

Применяется также самостоятельное углубленное изучение магистрантами вопросов, которые входят в программу дисциплины, но недостаточно освещены в учебной литературе; подборка и самостоятельное изучение электронных ресурсов в электронно-библиотечной системе «Консультант студента. Электронная библиотека медицинского вуза».

#### 6. Виды работ и формы контроля самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Виды работы	Количество часов	Форма контроля
<b>Модульная единица 1.1. Теоретические основы маркетинга. Основы маркетинга МУ и СУ</b>				
<b>1</b>	Отличительные особенности медицинских и сестринских услуг. Основные термины и понятия.	1. подбор и изучение дополнительной литературы, использование Интернет-ресурсов; 2. подготовка реферата и презентаций	8	1. собеседование; 2. защита рефератов; 3. просмотр презентаций
<b>2</b>	Особенности медицинского и фармацевтического маркетинга. Комплекс элементов медицинского маркетинга.	1. подбор и изучение дополнительной литературы, использование Интернет-ресурсов; 2. подготовка реферата и презентаций	8	1. собеседование; 2. защита рефератов; 3. просмотр презентаций
<b>3</b>	Особенности маркетинга медицинских услуг. Объекты исследования в маркетинге медицинских услуг	1. подбор и изучение дополнительной литературы, использование Интернет-ресурсов; 2. подготовка реферата и презентаций	8	1. собеседование; 2. защита рефератов; 3. просмотр презентаций
<b>Модульная единица 1.2. Маркетинговые исследования в здравоохранении</b>				

4	Статистический анализ спроса. Возможности изучения нужды и потребности МУ и СУ на отечественном рынке. Анализ потребления МУ и СУ	1. подбор и изучение дополнительной литературы, использование Интернет-ресурсов; 2. подготовка реферата и презентаций	22	1. собеседование; 2. защита рефератов 3. просмотр презентаций
5	Анализ рынка медицинских услуг. Изучение спроса и предложения медицинских услуг.	1. подбор и изучение дополнительной литературы, использование Интернет-ресурсов; 2. подготовка реферата и презентаций	8	1. собеседование; 2. защита рефератов; 3. просмотр презентаций
6	Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг	1. подбор и изучение дополнительной литературы, использование Интернет-ресурсов; 2. подготовка реферата и презентаций	8	1. собеседование; 2. защита рефератов; 3. просмотр презентаций
7	Оценка конкурентоспособности медицинских услуг	1. подбор и изучение дополнительной литературы, использование Интернет-ресурсов; 2. подготовка реферата и презентаций	8	1. собеседование; 2. защита рефератов; 3. просмотр презентаций
<b>Модульная единица 1.3. План маркетинговых мероприятий в медицинских учреждениях</b>				
8	Стратегический маркетинг. Ситуационный анализ. Стратегическое планирование. Контроль принятия маркетинговых решений	1. подбор и изучение дополнительной литературы, использование Интернет-ресурсов; 2. подготовка реферата и презентаций	8	1. собеседование; 2. защита рефератов; 3. просмотр презентаций

### 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

№	Наименование согласно библиографическим требованиям	Наличие В библиотеке (количество экземпляров)
	<b>Основная литература</b>	
1	Управление и экономика здравоохранения: учебное пособие для вузов / А. И. Вялков [и др.]; ред. А. И. Вялков. - 3-е изд., доп. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2009. - 664 с. <a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html</a>	<a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html</a>

2	Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / ред. И. В. Липсиц. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2012. - 576 с. : ил. - Режим доступа: <a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970421123.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970421123.html</a>	<a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970421123.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970421123.html</a>
3	Маркетинг в сестринском деле: Уч. пособие / А.А. Модестов, С.И. Максимова, Ю.С. Пац и др. – Ростов н/Д.: Феникс; Красноярск: Издательские проекты. – 2006.	<a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html</a>
4	Лидерство в сестринском деле: учебное пособие / А. А. Модестов [и др.]. -Ростов н/Д : Феникс ; Красноярск : Издательские проекты, 2006. - 208 с.	
<b>Дополнительная литература</b>		
1	Экономика здравоохранения: учебник для послевузовского профессионального образования врачей / ред. А. В. Решетников. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. <a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970431368.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970431368.html</a>	<a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970431368.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970431368.html</a>
2	Общественное здоровье и здравоохранение, экономика здравоохранения: учебник: в 2-х т./ ред. В.З. Кучеренко.- Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2013. <a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970424155.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970424155.html</a>	<a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970424155.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970424155.html</a>
3	Маркетинговые исследования в здравоохранении : учеб. пособие + CD / под ред. О.А. Васнецовой – М.: Авторская академия; Товарищество научных изданий КМК. – 2008,- 209с.	

### Методические указания (МУ)

№	Наименование согласно библиографическим требованиям	Количество экземпляров	
		На кафедре	В библиотеке
1.	Методические указания для магистрантов по изучению дисциплины «Маркетинг медицинских и сестринских услуг» / О.И. Кныш, Л.Н. Задираченко, 2021.	(электронная версия)	(электронная версия)
2	Рекомендации по созданию и оформлению презентации к докладу (в помощь магистрантам при оформлении доклада на учебно-научной конференции, при защите индивидуальных проектов, самостоятельных работ, участия в деловых играх) (2019г., Тюмень, 28С)	(электронная версия)	(электронная версия)

### **Перечень программного обеспечения**

*(обновление производится по мере появления новых версий программы)*

1. Kaspersky Security для виртуальных сред, Server Russian Edition
2. MS Exchange Server Standard CAL - Device CAL, Версия 2013
3. MS Exchange Server Standard, Версия 2013
4. MS Office Professional Plus, Версия 2010,
5. MS Office Professional Plus, Версия 2013,
6. MS Office Standard, Версия 2013
7. MS SQL Server Standard Core, Версия 2016

8. MS Windows Professional, Версия 10
9. MS Windows Professional, Версия 7
10. MS Windows Professional, Версия 8
11. MS Windows Professional, Версия XP
12. MS Windows Remote Desktop Services - Device CAL, Версия 2012
13. MS Windows Server - Device CAL, Версия 2012
14. MS Windows Server Standard - Device CAL, Версия 2013 R2
15. MS Windows Server Standard, Версия 2012
16. System Center Configuration Manager Client ML, Версия 16.06
17. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса
18. Антиплагиат
19. Программа для ЭВМ Statistica Ultimate Academic 13 сетевая на 5 пользователей
20. Программный продукт «1С: Университет ПРОФ»
21. Программный продукт «1С: Управление учебным центром»
22. Система «КонсультантПлюс»
23. СЭД Docsvision 5.5
24. Электронная информационно-образовательная среда (построена на основе системы управления обучением Moodle

**Перечень информационно-справочных систем**  
(обновление выполняется по мере появления новых версий)

1. Система «КонсультантПлюс»

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Необходимый для реализации программы магистратуры перечень материально-технического обеспечения включает в себя специально оборудованные помещения для проведения учебных занятий, в том числе:

аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения;

помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

№ п/п	Номер /индекс компетенции	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Юридический адрес учебной базы в соответствии с лицензией на осуществление образовательной деятельности
1	ОПК-3	доска аудиторная - 1 шт. ноутбук - 1 шт. парта - 13 шт. мультимедийный проектор - 1 шт. стол преподавателя - 1 шт. стул преподавателя - 1 шт. стул ученический - 35 шт. информационный стенд – 6 шт.	625023, г. Тюмень, ул. Одесская, д. 54, 2 учебный корпус, 2 этаж, № 201
2	УК-2	доска аудиторная - 1 шт. ноутбук - 1 шт. парта - 13 шт. мультимедийный проектор - 1 шт. стол преподавателя - 1 шт.	625023, г. Тюмень, ул. Одесская, д. 54, 2 учебный корпус, 2 этаж, № 201

		стул преподавателя - 1 шт. стул ученический - 35 шт. информационный стенд – 6 шт.	
3	ПК-5	доска аудиторная - 1 шт. ноутбук - 1 шт. парта - 13 шт. мультимедийный проектор - 1 шт. стол преподавателя - 1 шт. стул преподавателя - 1 шт. стул ученический - 35 шт. информационный стенд – 6 шт.	625023, г. Тюмень, ул. Одесская, д. 54, 2 учебный корпус, 2 этаж, № 201