

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования

*"Национальный исследовательский ядерный университет "МИФИ" (НИЯУ МИФИ)*

*НОВОУРАЛЬСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ*

УТВЕРЖДАЮ

и.о. руководителя

 Г.С. Зиновьев

«30» июня 2017 г.

Рабочая программа  
учебной дисциплины "Правовое регулирование  
маркетинговой деятельности"

Направление подготовки 38.03.02 – Менеджмент  
Профиль Управление малым бизнесом  
Квалификация (степень)  
выпускника Бакалавр  
Форма обучения заочная

г. Новоуральск, 2017


Год набора	2017	2018
Семестр	9	9
Трудоемкость, ЗЕТ	3 ЗЭТ	2 ЗЭТ
Трудоемкость, ч.	108 ч.	108 ч.
Аудиторные занятия, в т.ч.:	18 ч.	10 ч.
- лекции	10 ч.	6 ч.
- практические занятия	8 ч.	4 ч.
Самостоятельная работа	90 ч.	62 ч.
Форма итогового контроля	зачет	зачет

Индекс дисциплины в Рабочем учебном плане (РУП) Б1.В.04.ДВ.03.01

Учебную программу составил зав.УМО Носырева Анна Николаевна

Учебная программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономики и управления» НТИ НИЯУ МИФИ «30» мая 2017г., протокол №5 и рекомендована для подготовки бакалавров.

Заведующий кафедрой

  
 \_\_\_\_\_ О.А. Грицова  
 «30» мая 2017 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО.....	4
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ И ИХ СООТНОШЕНИЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
5. ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	10
6. СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ .....	11
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	12
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12

Рабочая программа составлена в соответствии с Образовательным стандартом высшего образования Национального исследовательского ядерного университета «МИФИ» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утвержденный Ученым советом университета, Протокол № 13/07 от 27.12.2013 г. с изменениями и дополнениями, утвержденными Ученым советом университета, Протокол № 16/07 от 02.07.2016 г. и рабочим учебным планом (РУП) по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (образовательная программа – «Управление малым бизнесом»).

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса заключается в необходимости дать углубленные знания студентам в области правовых возможностей повышения эффективности использования маркетинга.

Целью практических занятий является наиболее полное раскрытие теоретических положений лекционного курса; обучение студентов юридическому мышлению: понимать не только сущность, назначение и содержание отдельных юридических норм, но и опираясь на знания их, уметь правильно применять эти нормы на практике, со знанием дела квалифицировать те или иные действия (бездействия) лиц и делать соответствующие выводы.

## 2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

В соответствии с кредитно-модульной системой подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» данная учебная дисциплина является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части профессионального модуля.

Для лучшего усвоения дисциплины «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» студентам требуются знания по предметам «Маркетинг», «Экономическая теория», «Экономика фирмы».

Дисциплина способствует формированию профессиональных компетенций, всестороннему развитию личности студентов, гарантирует качество их подготовки.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ И ИХ СООТНОШЕНИЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Данный раздел устанавливает сквозное соотношение между планируемым результатом (ПР) в данной учебной дисциплине (УД) и образовательной программе (ОП). В таблице представлены компетенции, освоение которых происходит в результате освоения содержания дисциплины, перечень планируемых результатов обучения по данной дисциплине, а также соотношение между ними.

Код компетенции	Планируемый результат освоения образовательной программы, относящиеся к учебной дисциплине (ПР ОП)	Планируемый результат обучения по учебной дисциплине (ПР УД)
-----------------	--	--

ОПК-1	<p>владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p>	<p><u>Знать:</u>  3.1 Основы предпринимательской деятельности граждан РФ;  3.2 Принципы организации взаимодействия права и маркетинга;  3.3 Сферу действия закона о защите прав потребителей;  3.4 Специфику российского антимонопольного законодательства  <u>Уметь:</u>  У.1 Трактовать законодательство о защите прав потребителей  У.2 Трактовать антимонопольное законодательство;  У.3 Ориентироваться в законодательстве элементов маркетинга-микс.</p>
ОПК-1	<p>владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p>	<p><u>Владеть:</u>  В.1 навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в маркетинговой деятельности</p>

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Структура учебной дисциплины

Раздел учебной дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной деятельности							Формы контроля	Ссылка на ПР УД			
		Лекции		Практические занятия		СРС							
		2017 год набора	2018 год набора	2017 год набора	2018 год набора	Изучение доп. материала по теме лекций	Подготовка к коллоквиумам	Написание реферата			Подготовка доклада	Подготовка к зачету	
													2017 год набора
Общие положения взаимодействия права и маркетинга	1	2	1	-	-	1	-	36 (8)	10	-	-	3.1, 3.2, В.1	
	2	-	-	-	-	1	-			-			
Правовое положение потребителя	3	-	-	-	-	1	-			-	-	-	3.3 У.1, В.1
	4	-	-	-	-	1	-			-			
Правовое регулирование конкурентной среды	5	2	1	-	-	1	-			-	-	-	3.4 У.2, В.1
	6	-	-	-	-	1	-			-			
Правовое регулирование получения и исследования информации	7	-	-	2	1	1	6			-	ПР1 ПР2	3.2 У.3, В.1	
	8	-	-	-	-	1	-			-			
Правовое обеспечение товарной политики	9	2	1	-	-	1	-			-	-	-	3.2 У.3, В.1
	10	-	-	-	-	1	-			-			
Правовое регулирование ценообразования в маркетинге	11	-	-	2	1	1	6			-	ПР3 ПР4	3.2 У.3, В.1	
	12	-	-	-	-	1	-			-			
Правовое обеспечение функционирования каналов распределения	13	2	1	-	-	1	-			-	-	-	3.2 У.3, В.1
	14	-	-	-	-	1	-			-			
Правовое обеспечение маркетинговых коммуникаций	15	-	-	2	1	1	-			-	ПР5 ПР6	3.2 У.3, В.1	
	16	-	-	-	-	1	-			-			
Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности	17	2	2	-	-	1	6			-	-	-	3.2 У.3, В.1
	18	-	-	2	1	1	-			8	ПР7 ПР8 ПР9		
<b>ИТОГО по дисциплине</b>	<b>1-18</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36 (8)</b>	<b>10</b>	<b>8</b>			

Обозначения: Дкл - Доклад, Кол - Коллоквиум

## 4.2. Содержание учебной дисциплины

Номер	Тема занятия
1	2
<b>ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ</b>	
Л1	<p><b>Общие положения взаимодействия права и маркетинга.</b>  Понятие права. Право и экономика. Сферы применения права в маркетинговой деятельности.  Понятие предпринимательской деятельности. Предпринимательская деятельность граждан.  Правовые отношения как элемент внешней среды маркетинга.  Внутрифирменные документы как элемент внутренней среды маркетинга.  Организация договорной работы в деятельности юридического лица.  Взаимодействие права и маркетинга: определение правового статуса субъекта маркетинговой деятельности, его прав и обязанностей; взаимоотношение субъекта с другими участниками рыночной сферы (в т. Ч. С государством); установление внутрифирменного порядка управления, планирования, организации, получения информации, применении комплекса маркетинга.  Источники права.</p>
Л2	<p><b>Правовое положение потребителя</b>  Законодательство о защите прав потребителей. Исторический анализ отечественного и зарубежного законодательства о защите прав потребителей.  Сфера действия Закона «О защите прав потребителей». Структура данного закона.  Основные понятия в области законодательства о защите прав потребителей: потребитель, изготовитель, исполнитель, продавец, существенный недостаток товара, безопасность товара, стандарт.  Права потребителя, определенные в Законе «О защите прав потребителей». Государственная и общественная защита прав потребителей. Полномочия федерального антимонопольного органа и федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг); органов местного самоуправления. Общественные объединения потребителей.  Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей.</p>
Л3	<p><b>Правовое регулирование конкурентной среды</b>  Конкуренция как фактор внешней среды маркетинга.  Понятие антимонопольного законодательства. Специфика российского антимонопольного законодательства.  Цели Закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и сфера его применения. Субъекты антимонопольного законодательства. Основные понятия: товар, товарный рынок, конкуренция.  Понятие монополистической деятельности. Условия, характеризующие положение хозяйственного субъекта. Признаки доминирования.  Формы недобросовестной конкуренции. Типы соглашений между хозяйствующими субъектами, ограничивающими конкуренцию.  Определение границ (продуктовых, географических) рынка. Структура рынка. Барьеры выхода на рынок. Взаимозаменяемый товар с точки зрения покупателей и производителей.  Правовое регулирование естественных монополий.  Ответственность за нарушение российского антимонопольного законодательства.</p>

	<p>Антимонопольный комитет: задачи и полномочия. Государственный Реестр объединений и предприятий-монополистов.</p> <p>Зарубежное антимонопольное законодательство. Основы и принципы антитрестовского законодательства США. Объекты регулирования в США. Антимонопольное законодательство Западной Европы (Франции, Германии) и Восточной Европы (Польши, Венгрии). Особенности взаимодействия государства и бизнеса в Японии.</p>
Л4	<p><b>Правовое регулирование получения и исследования информации</b></p> <p>Информация — сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от их представления. Информация как объект гражданских правоотношений.</p> <p>Основные понятия в области правового регулирования получения и исследования информации: документированная информация, информационные ресурсы, персональные данные, конфиденциальная информация.</p> <p>Коммерческая и служебная тайна: понятие и виды. Методы получения информации. Условия сохранности коммерческой тайны. Средства защиты коммерческой тайны. Служба безопасности организации.</p> <p>Договор возмездного оказания услуг как юридическое оформление процесса получения информации. Виды договора возмездного оказания услуг.</p> <p>Объекты интеллектуальной собственности. Авторское право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита авторских прав. Патентное право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита патентных прав.</p>
Л5	<p><b>Правовое обеспечение товарной политики</b></p> <p>Понятие товара как категории маркетинга и его виды (собственно товар и услуги).</p> <p>Законодательство, определяющее правовой статус товара. Законодательство, обеспечивающее безопасность и уровень качества товара. Закон РФ «О стандартизации»: основные понятия. Закон РФ «О сертификации продукции и услуг»: основные понятия, сертификат и знак соответствия, виды сертификации. Правила и порядок проведения сертификации в Российской Федерации.</p> <p>Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров». Товарный знак: понятие и функции. Правовая охрана товарного знака. Виды товарного знака. Субъекты товарного знака. Исключительное право владельца товарного знака. Использование товарного знака.</p> <p>Договор об уступке товарного знака. Лицензионный договор. Договор франшизы.</p> <p>Наименование места происхождения товара и его правовая охрана. Использование наименования места происхождения товара. Регистрация и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара.</p> <p>Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.</p>
Л6	<p><b>Правовое регулирование ценообразования в маркетинге</b></p> <p>Система ценообразования. Структура и особенности формирования цен.</p> <p>Цена в возмездных гражданско-правовых договорах в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации. Изменение цены в договорах.</p>
Л7	<p><b>Правовое обеспечение функционирования каналов распределения</b></p> <p>Определение каналов распределения как категории маркетинга.</p> <p>Торговые посредники: простые и торговцы. Сферы деятельности посредников, способы выплат вознаграждения. Условия работы посредников на рынке.</p> <p>Договоры посреднических услуг: поручения, комиссии, консигнации, агентский договор. Содержание, предмет, особенности прекращения данных договоров.</p> <p>Правила продажи различных видов товаров. Правила уличной торговли на</p>



	<p>территории Свердловской области и ЗАТО НГО. Правила работы предприятий, осуществляющих розничную торговую деятельность на территории Свердловской области и ЗАТО НГО.</p> <p>Торги: понятие, виды, организация и порядок проведения торгов. Заключение гражданско-правовых договоров на торгах. Последствия нарушения правил проведения торгов.</p>
Л8	<p><b>Правовое обеспечение маркетинговых коммуникаций</b></p> <p>Понятие маркетинговых коммуникаций. Методы стимулирующего воздействия на потребителя.</p> <p>Сущность и функции рекламы. Законодательство о рекламной деятельности. Цели и сфера применения Федерального закона «О рекламе». Определение рекламы. Реклама как объект авторского права и смежных прав. Ненадлежащая реклама: понятие, виды. Общие и специальные требования к рекламе.</p> <p>Распространение рекламы: время, место, способы и форма. Особенности рекламы отдельных товаров. Реклама для несовершеннолетних. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы. Социальная реклама.</p> <p>Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей.</p> <p>Контроль в области рекламы. Ответственность за ненадлежащую рекламу.</p> <p>Правила размещения средств наружной рекламы и информации в г. Москве.</p> <p>Международные правила в области рекламы.</p> <p>Формирование общественного мнения. Гражданский кодекс Российской Федерации о защите чести, достоинства и деловой репутации.</p>
Л9	<p><b>Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности</b></p> <p>Классификации маркетинговой деятельности в зависимости от области рынка, вида товара, типов потребителей, сферы рынка, области предпринимательства.</p> <p>Финансовый маркетинг — маркетинговая деятельность на финансовом рынке, связанная с посредническими услугами по купле-продаже финансовых ресурсов.</p> <p>Маркетинг банковской и страховой деятельности. Законодательство, регулирующее банковскую и страховую деятельность.</p> <p>Договор банковского вклада. Договор банковского счета. Договор страхования. Договор факторинга.</p> <p>Экспортный маркетинг. Внешнеторговые сделки: предмет, форма, содержание, ответственность сторон, прекращение.</p> <p>Маркетинг в сфере туристской деятельности. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: основные понятия. Регулирование туристской деятельности. Права и обязательства туриста. Формирование, продвижение и реализация туристского продукта.</p>
<b>ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ</b>	
ПР1	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Общие положения взаимодействия права и маркетинга»
ПР2	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое положение потребителя»
ПР3	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое регулирование конкурентной среды»
ПР4	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое регулирование получения и исследования информации»
ПР5	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое обеспечение товарной политики»
ПР6	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое регулирование ценообразования в маркетинге»
ПР7	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое обеспечение

	функционирования каналов распределения»
ПР8	Решение тестовых заданий и кейсовых ситуаций по теме «Правовое обеспечение маркетинговых коммуникаций»
ПР9	Решение тестовых заданий по теме «Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности»
ПР10	Решение кейсовых ситуаций по теме «Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности»

### **Самостоятельная работа обучающихся**

Самостоятельная работа студента по учебной дисциплине регламентируется «Положением об организации самостоятельной работы студентов в НТИ НИЯУ МИФИ». Структура времени самостоятельной работы студентов

Подготовка к коллоквиумам

Написание реферата

Подготовка доклада

Изучение дополнительного материала по теме лекций

Подготовка к зачету

### **Перечень учебно-методического обеспечения.**

**Учебно-методическое обеспечение учебной работы студентов включает:**

- 1) слайды для проведения лекций;
- 2) фонд оценочных средств:
  - вопросы для коллоквиумов;
  - темы рефератов;
  - контрольные вопросы для подготовки к сдаче зачета;
  - методические рекомендации для преподавателя;
- 3) учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов включает:
  - методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся НТИ НИЯУ МИФИ.

## **5. ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Рекомендации для преподавателя по использованию информационно-образовательных технологий содержатся в «Положении об организационных формах и технологиях образовательного процесса в НТИ НИЯУ МИФИ».

При реализации программы дисциплины используются различные образовательные технологии. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций, практических занятий.

Для повышения уровня знаний студентов в течение семестра организуются консультации, во время которых:

- проводится объяснение непонятных для студентов разделов теоретического курса;
- принимаются задолженности и т.д.

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, предполагающих активную обратную связь между преподавателем и студентами.

В процессе изучения дисциплины используются интерактивные формы обучения при проведении практических занятий:

- выступление студентов с докладом;
- дискуссии;
- презентации.

## 6. СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ

Для оценки достижений студента используется рейтинговая система оценок.  
Распределение баллов текущего рейтинга

Наименование	Аттестация	Максимальный балл	Планируемый результат обучения по учебной дисциплине
Общие положения взаимодействия права и маркетинга	ПР1	6	3.1, 3.2, В.1
Правовое положение потребителя	ПР2	6	3.3, У.1, В.1
Правовое регулирование конкурентной среды	ПР3	6	3.4, У.2, В.1
Правовое регулирование получения и исследования информации	ПР4	6	3.2, У.3, В.1
Правовое обеспечение товарной политики	ПР5	6	3.2, У.3, В.1
Правовое регулирование ценообразования в маркетинге	ПР6	6	3.2, У.3, В.1
Правовое обеспечение функционирования каналов распределения	ПР7	6	3.2, У.3, В.1
Правовое обеспечение маркетинговых коммуникаций	ПР8	6	3.2, У.3, В.1
Правовое обеспечение маркетинга в различных сферах деятельности	ПР9	6	3.2, У.3, В.1
	ПР10	6	
Зачет	Зачет	40	3.1 – 3.4

Полученные баллы переводятся в 5-балльную систему по следующей шкале

Оценка по 5 бальной шкале	Зачет	Сумма баллов по дисциплине	Оценка (ECTS)	Градация
5 (отлично)	Зачтено	90-100	A	Отлично
4 (хорошо)		85-89	B	Очень хорошо
		75-84	C	Хорошо
		70-74	D	Удовлетворительно
3 (удовлетворительно)		65-69	E	Посредственно
	60-64			
2 (неудовлетворительно)	Не зачтено	Ниже 60	F	Неудовлетворительно

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### 7.1 Основная литература

1 Мухаев Р.Т. Правоведение [Электронный ресурс]: учебник для студентов, обучающихся по неюридическим специальностям/ Мухаев Р.Т.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.— 431 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20988>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2 Правовое обеспечение профессиональной деятельности 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для бакалавров. Капустин А.Я. - Отв. ред. . – М.: Издательство Юрайт, 2013 – 382 с. – Серия: Бакалавр. Базовый курс.

### 7.2 Дополнительная литература

Цахаев Р.К. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 552 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14063>.— ЭБС «IPRbooks»

### 7.3 Методическое обеспечение

1 Вопросы для самоконтроля. – Новоуральск, НТИ НИЯУ МИФИ

2 Пакет тестовых заданий. – Новоуральск, НТИ НИЯУ МИФИ

3 Фонд оценочных средств. - Новоуральск, НТИ НИЯУ МИФИ

### 7.4 Информационное обеспечение

1 <http://nsti.ru>

2 научная библиотека e-librari

3 ЭБС «Лань»

4 ЭБС «IPRbooks»

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Её содержание представлено в локальной сети учебного заведения и находится в режиме свободного доступа для студентов. Доступ студентов для самостоятельной подготовки осуществляется через компьютеры библиотеки и компьютерных классов НТИ НИЯУ МИФИ.

Материально-техническое обеспечение аудиторных занятий:

- 1) комплект электронных презентаций/слайдов,
- 2) аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер)

Дополнения и изменения к рабочей программе:

на 2018/2019 уч.год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

Изменена трудоемкость изучения дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом  
на 2018 год набора

---

---

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
«23»\_июня\_2018г., протокол №4

Заведующий кафедрой Гриц О.А. Грицова

на 2019/2020 уч.год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

нет изменений

---

---

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
«01»\_июля\_2019г., протокол №4

Заведующий кафедрой Гриц О.А. Грицова

на 2020/2021 уч.год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

нет изменений

---

---

«01»\_июля\_2020г., протокол №4

Заведующий кафедрой Гриц О.А. Грицова

на 2021/2022 уч.год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

---

---

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры «\_\_»\_\_ 20\_\_ г.  
Заведующий кафедрой ЭиУ

Программа действительна

на 2017/2018 уч.год

Заведующий кафедрой Гриц О.А. Грицова

на 2018/2019 уч.год

Заведующий кафедрой Гриц О.А. Грицова

на 2019/2020 уч.год

Заведующий кафедрой Гриц О.А. Грицова

на 2020/2021 уч.год

Заведующий кафедрой Гриц О.А. Грицова

на 2021/2022 уч.год

Заведующий кафедрой Гриц О.А. Грицова