

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
"РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
В.Ф. УТКИНА"**

СОГЛАСОВАНО  
Зав. выпускающей кафедры

УТВЕРЖДАЮ

**Маркетинг в государственном управлении**  
**рабочая программа дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой **Государственного, муниципального и корпоративного управления**

Учебный план v38.04.04\_24\_00.plx  
38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

| Семестр<br>(<Курс>.<Семестр на<br>курсе>)          | 4 (2.2) |       | Итого |       |
|----------------------------------------------------|---------|-------|-------|-------|
| Неделя                                             | 8       |       |       |       |
| Вид занятий                                        | УП      | РП    | УП    | РП    |
| Лекции                                             | 16      | 16    | 16    | 16    |
| Практические                                       | 24      | 24    | 24    | 24    |
| Иная контактная<br>работа                          | 0,35    | 0,35  | 0,35  | 0,35  |
| Консультирование<br>перед экзаменом и<br>практикой | 2       | 2     | 2     | 2     |
| Итого ауд.                                         | 42,35   | 42,35 | 42,35 | 42,35 |
| Контактная работа                                  | 42,35   | 42,35 | 42,35 | 42,35 |
| Сам. работа                                        | 39      | 39    | 39    | 39    |
| Часы на контроль                                   | 26,65   | 26,65 | 26,65 | 26,65 |
| Итого                                              | 108     | 108   | 108   | 108   |

г. Рязань

Программу составил(и):

*к.э.н., доц., Нефедова Елена Евгеньевна*

Рабочая программа дисциплины

**Маркетинг в государственном управлении**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1000)

составлена на основании учебного плана:

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

утвержденного учёным советом вуза от 26.01.2024 протокол № 8.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Государственного, муниципального и корпоративного управления**

Протокол от 03.06.2024 г. № 5

Срок действия программы: 2024-2027 уч.г.

Зав. кафедрой Перфильев Сергей Валерьевич

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры  
**Государственного, муниципального и корпоративного управления**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2025 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры  
**Государственного, муниципального и корпоративного управления**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2026 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры  
**Государственного, муниципального и корпоративного управления**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2027 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры

**Государственного, муниципального и корпоративного управления**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2028 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.1                                  | Задачи дисциплины «Маркетинг в государственном управлении» являются :                                                                                                                                                                                                                                        |
| 1.2                                  | - формирование знаний в области некоммерческого маркетинга как концепции и системы взаимодействия государственных структур в целях эффективной деятельности с учетом требований населения и потребителей, внутренних возможностей государственных органов управления и муниципальных органов самоуправления; |
| 1.3                                  | - умений использования маркетинговых технологий, методов и решений в управлении экономикой и социальной сферой.                                                                                                                                                                                              |

| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ                                                        |                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Цикл (раздел) ОП:                                                                                                         | Б1.В                                                                     |
| <b>2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>                                                          |                                                                          |
| 2.1.1                                                                                                                     | Научно-техническая и промышленная политика РФ                            |
| 2.1.2                                                                                                                     | Социальное проектирование                                                |
| 2.1.3                                                                                                                     | Управление в социальной сфере                                            |
| 2.1.4                                                                                                                     | Управление деятельностью государственного органа                         |
| 2.1.5                                                                                                                     | Антикоррупционная политика                                               |
| 2.1.6                                                                                                                     | Ознакомительная практика                                                 |
| 2.1.7                                                                                                                     | Проектный офис                                                           |
| 2.1.8                                                                                                                     | Управление территориальным развитием                                     |
| 2.1.9                                                                                                                     | Учебная практика                                                         |
| 2.1.10                                                                                                                    | Кадровая политика и кадровый аудит                                       |
| 2.1.11                                                                                                                    | Политический менеджмент и электронная демократия                         |
| 2.1.12                                                                                                                    | Теория и механизмы современного государственного управления              |
| 2.1.13                                                                                                                    | Управление в социальной сфере                                            |
| 2.1.14                                                                                                                    | Управление в социальной сфере                                            |
| <b>2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b> |                                                                          |
| 2.2.1                                                                                                                     | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |
| 2.2.2                                                                                                                     | Преддипломная практика                                                   |

| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)                               |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>ПК-2: Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере государственного и муниципального управления</b> |  |
| <b>ПК-2.2. Использует инструменты экономической политики в своей профессиональной деятельности</b>               |  |
| <b>Знать</b>                                                                                                     |  |
| <b>Уметь</b>                                                                                                     |  |
| <b>Владеть</b>                                                                                                   |  |

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

|                     |                                                                                                                               |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3.1 Знать:</b>   |                                                                                                                               |
| 3.1.1               | современные маркетинговые технологии и возможности их применения в государственном управлении                                 |
| <b>3.2 Уметь:</b>   |                                                                                                                               |
| 3.2.1               | применять маркетинговые технологии для решения профессиональных задач в сфере государственного управления                     |
| <b>3.3 Владеть:</b> |                                                                                                                               |
| 3.3.1               | навыками подбора и применения маркетинговых технологий для решения профессиональных задач в сфере государственного управления |

| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) |                                           |                |       |             |            |                |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------|-------|-------------|------------|----------------|
| Код занятия                                   | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Форма контроля |
|                                               | Раздел 1.                                 |                |       |             |            |                |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |   |  |                                                                              |                                                        |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|--|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1.1  | Маркетинг: теоретические основы и возможности применения в государственном и муниципальном управлении. /Тема/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 4 | 0 |  |                                                                              |                                                        |
| 1.2  | Маркетинг: теоретические основы и возможности применения в государственном и муниципальном управлении. Маркетинг в государственном управлении. Объекты маркетинга. Специфика маркетинга в государственном управлении /Лек/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 4 | 2 |  | Л1.5 Л1.1<br>Л1.4 Л1.2<br>Л1.3Л2.1 Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7              | Лекция                                                 |
| 1.3  | Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию и экзамену /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 4 | 6 |  | Л1.5 Л1.1Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7                                        | Самостоятельное изучение материалов по теме дисциплины |
| 1.4  | Использование механизмов маркетинга в деятельности органов государственной власти и государственных организациях /Тема/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 4 | 0 |  |                                                                              |                                                        |
| 1.5  | Использование механизмов маркетинга в деятельности органов государственной власти и государственных организациях. Использование принципов маркетинга в системе государственного управления: маркетинг в регулировании социально-экономических процессов и в предоставлении социальных благ (бюджетных услуг) населению Двойственность понятия «government marketing» в мировой научно-практической литературе: позиционирование государства в качестве субъекта или объекта маркетинга. Маркетинг как основа планирования территориального развития и отраслевых политик. /Лек/ | 4 | 4 |  | Л1.5 Л1.1<br>Л1.4 Л1.2<br>Л1.3Л2.1 Л2.2<br>Л2.3 Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7 | Лекция                                                 |
| 1.6  | Использование механизмов маркетинга в деятельности органов государственной власти и государственных организациях /Пр/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 4 | 4 |  | Л1.5 Л1.1Л2.1<br>Л2.3 Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7                           | дискуссия, решение задач                               |
| 1.7  | Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию и экзамену /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 4 | 7 |  | Л1.5 Л1.1Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7                                        | Самостоятельное изучение материалов по теме дисциплины |
| 1.8  | Комплекс средств маркетинга в ГМУ. /Тема/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4 | 0 |  |                                                                              |                                                        |
| 1.9  | Комплекс средств маркетинга в ГМУ. Маркетинг –микс .Продукт в ГМУ. Типы и уровни продукта. Цена продукта и стратегии корректировки цен. Продвижение продукта в ГМУ. Соотношение «клиентов-граждан» и «клиентов-заявителей» в маркетинг-ориентированном /Лек/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 4 | 4 |  | Л1.5 Л1.1<br>Л1.3Л2.1 Л2.2<br>Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7                   |                                                        |
| 1.10 | Комплекс средств маркетинга в ГМУ. /Пр/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 4 | 6 |  | Л1.5 Л1.1Л2.1<br>Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7                                | дискуссия , решение задач                              |
| 1.11 | Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию и экзамену /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 4 | 8 |  | Л1.5 Л1.1Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7                                        | Самостоятельное изучение материалов по теме дисциплины |
| 1.12 | Современные маркетинговые технологии в государственном и муниципальном управлении экономикой и социальной сфере /Тема/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 4 | 0 |  |                                                                              |                                                        |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |       |  |                                                                  |                                                                    |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|--|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1.13 | Современные маркетинговые технологии в государственном и муниципальном управлении экономикой и социальной сфере<br>Технологии маркетинга как совокупность стадий, операций, приемов и действий, необходимых для эффективного государственного управления экономикой и социальной сферой. Информационные маркетинговые технологии. Определение CRM-технологии. Инструменты и основные проблемы при реализации CRM-технологий. CRM и методика планирования управленческих решений в экономической и социальной сферах /Лек/ | 4 | 2     |  | Л1.5 Л1.1<br>Л1.2 Л1.3 Л2.1<br>Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7      | Лекция                                                             |
| 1.14 | Маркетинговые технологии в государственном управлении /Пр/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 4 | 6     |  | Л1.5 Л1.1<br>Л1.4 Л2.1 Л2.2<br>Л2.3 Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7 | дискуссия,<br>решение задач                                        |
| 1.15 | Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию и экзамену /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4 | 8     |  | Л1.5 Л1.1 Л2.3<br>Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7                   | Самостоятельное изучение материалов по теме дисциплины             |
| 1.16 | Некоммерческий (социальный) маркетинг<br>Сфера применения некоммерческого маркетинга /Тема/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 4 | 0     |  |                                                                  |                                                                    |
| 1.17 | Некоммерческий (социальный) маркетинг<br>Сфера применения некоммерческого маркетинга /Лек/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 4 | 4     |  | Л1.5 Л1.1<br>Л1.4 Л1.3 Л2.4<br>Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7      | Лекция                                                             |
| 1.18 | Некоммерческий (социальный) маркетинг<br>Сфера применения некоммерческого маркетинга /Пр/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 4 | 8     |  | Л1.5 Л1.1 Л2.1<br>Л2.4 Л2.3<br>Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7      | решение<br>ситуационных<br>задач                                   |
| 1.19 | Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию и экзамену /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4 | 10    |  | Л1.5 Л1.1 Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э5<br>Э6 Э7                           | Самостоятельное изучение материалов по теме дисциплины             |
|      | <b>Раздел 2.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |       |  |                                                                  |                                                                    |
| 2.1  | Промежуточный контроль /Тема/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 4 | 0     |  |                                                                  |                                                                    |
| 2.2  | Консультация перед экзаменом /Кнс/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 4 | 2     |  |                                                                  | Ответы на вопросы магистрантов возникшие при подготовке к экзамену |
| 2.3  | Подготовка к экзамену /Экзамен/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 4 | 26,65 |  | Л1.5 Л1.1<br>Л1.4 Л2.5<br>Э1 Э2 Э3 Э4<br>Э5 Э6 Э7                | Подготовка к экзамену по материалам дисциплины                     |
| 2.4  | Проведение экзамена /ИКР/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 4 | 0,35  |  |                                                                  | Контрольные материалы по дисциплине                                |

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

|                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| оценочные материалы приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Оценочные материалы по дисциплине") |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

| №    | Авторы, составители                                  | Заглавие                                                                   | Издательство, год                                                                                    | Количество/название ЭБС                                                                                       |
|------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Л1.1 | Егорова М. М.,<br>Логинова Е. Ю.,<br>Швайко И. Г.    | Маркетинг : учебное пособие                                                | Саратов:<br>Научная книга,<br>2019, 159 с.                                                           | 978-5-9758-1744-0,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/81021.html">http://www.iprbookshop.ru/81021.html</a> |
| Л1.2 | Сафонова Л. А.,<br>Смоловик Г. Н.,<br>Королева В. П. | Интернет-маркетинг : учебное пособие                                       | Новосибирск:<br>Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики,<br>2019, 80 с. | 2227-8397,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/90586.html">http://www.iprbookshop.ru/90586.html</a>         |
| Л1.3 | Алексеев С.В.                                        | Правовое регулирование маркетинговой деятельности : Учеб.пособие для вузов | М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2003, 463с                                                            | 5-238-00514-8, 1                                                                                              |
| Л1.4 | Зюзина Н. Н.                                         | Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие               | Липецк:<br>Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019, 77 с.                    | 978-5-88247-925-0,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/88795.html">http://www.iprbookshop.ru/88795.html</a> |
| Л1.5 | Лунева Е. А.                                         | Современные маркетинговые технологии : учебное пособие                     | Омск: Омский государственный технический университет, 2017, 112 с.                                   | 978-5-8149-2418-6,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/78471.html">http://www.iprbookshop.ru/78471.html</a> |

#### 6.1.2. Дополнительная литература

| №    | Авторы, составители               | Заглавие                                                                 | Издательство, год                                                   | Количество/название ЭБС                                                                               |
|------|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Л2.1 | Шабашова Л. А.                    | Маркетинговые исследования : учебное пособие                             | Симферополь:<br>Университет экономики и управления,<br>2019, 160 с. | 2227-8397,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/89492.html">http://www.iprbookshop.ru/89492.html</a> |
| Л2.2 | Габинская О.С.,<br>Дмитриева Н.В. | Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие                               | М.: Академия, 2010, 240с.                                           | 978-5-7695-6453-6, 1                                                                                  |
| Л2.3 | Богалдин-Малых В.В.               | Бизнес-стратегии и операционный маркетинг на рынке услуг : учеб. пособие | М.: МПСИ, 2008, 608с.                                               | 978-5-9770-0237-0, 978-5-89395-888-1, 1                                                               |

| №    | Авторы, составители            | Заглавие                                                                          | Издательство, год         | Количество/название ЭБС  |
|------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Л2.4 | Демидов С.В.,<br>Нелидкин А.М. | Социальный маркетинг: проблемы становления и перспективы развития : учеб. пособие | Рязань, 2012,<br>178с.    | , 1                      |
| Л2.5 |                                | Маркетинг : под ред. проф. Л.А. Данченко                                          | М.: Юрайт,<br>2017, 487с. | 978-5-534-<br>01560-7, 1 |

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

|    |                                                        |
|----|--------------------------------------------------------|
| Э1 | Сайт гильдии маркетологов                              |
| Э2 | Сайт Российской ассоциации маркетинга                  |
| Э3 | Вопросы государственного и муниципального управления». |
| Э4 | Энциклопедия маркетинга                                |
| Э5 | On-line журнал по маркетингу 4p.ru                     |
| Э6 | Маркетолог                                             |
| Э7 | Маркетинг в России и за рубежом                        |

## 6.3 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

### 6.3.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

| Наименование | Описание     |
|--------------|--------------|
| OpenOffice   | Свободное ПО |
| Firefox      | Свободное ПО |
| 7 Zip        | Свободное ПО |

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

|         |                                                                                                 |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6.3.2.1 | Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> |
| 6.3.2.2 | Система КонсультантПлюс <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>         |

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 424 а учебно-административный корпус . Учебная аудитория для проведения учебных занятий 28 посадочных мест, компьютерная техника (15ПК) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, мультимедийное оборудование (проектор Ben Q, экран), специализированная мебель (стулья-28, столы-14), доска |
| 2 | 426 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий 60 посадочных мест, 1ПК с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, Мультимедийное оборудование (проектор Ben Q, экран), специализированная мебель (стулья-60, столы-30), доска                            |

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Методическое обеспечение дисциплины приведено в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Методические указания дисциплины")

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ПОДПИСАНО  
ЗАВЕДУЮЩИМ  
КАФЕДРЫ

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Перфильев Сергей Валерьевич,  
Заведующий кафедрой ГМКУ

Простая подпись

ПОДПИСАНО  
ЗАВЕДУЮЩИМ  
ВЫПУСКАЮЩЕЙ  
КАФЕДРЫ

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Перфильев Сергей Валерьевич,  
Заведующий кафедрой ГМКУ

Простая подпись

ПОДПИСАНО  
НАЧАЛЬНИКОМ УРОП

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Ерзылёва Анна Александровна,  
Начальник УРОП

Простая подпись