

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Павлов Валентин Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 14.06.2023 11:29:13

Уникальный идентификатор документа:

a562210a8a161d1bc9a34c4a0a3e820ac76b9d73665849e6d6db2e5a4e71d6ee

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Кафедра философии

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Валишин Д.А.



2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЛИЧНОСТНЫЙ БРЕНД: РАЗВИТИЕ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Уровень образования

Высшее – *магистратура*

Направление подготовки

39.04.02 Социальная работа

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Очная

Для приема: *2023*

При разработке рабочей программы учебной дисциплины «Личностный бренд: развитие и позиционирование» программы магистратуры по направлению подготовки 39.04.02 Социальная работа, направленность «Клиническая социальная работа и социальная реабилитация» в основу положены:

1) ФГОС ВО магистратура по направлению подготовки 39.04.02 Социальная работа, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 февраля 2018 г. N 80.

2) Учебный план по программе магистратуры по направлению подготовки 39.04.02 Социальная работа, утверждённй Ученым Советом ФГБОУ ВО БГМУ «30» мая 2023 г. Протокол №5.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры философии от «4» апреля 2023 г. Протокол №8.

Заведующий кафедрой



К.В. Храмова

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методического совета по программам бакалавриата и магистратуры от «24» апреля 2023 г. Протокол №6.

Председатель УМС

по программам бакалавриата и магистратуры



К.В. Храмова

Разработчик:

Храмова К.В., д.ф.н., профессор кафедры философии

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ:

1.	Пояснительная записка	4
1.1.	Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2.	Требования к результатам освоения учебной дисциплины	5
2.1.	Типы задач профессиональной деятельности	5
2.2.	Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине	5
3.	Содержание рабочей программы	6
3.1.	Объем учебной дисциплины (модуля) и виды учебной работы	6
3.2.	Перечень разделов учебной дисциплины и компетенций с указанием соотнесенных с ними тем разделов дисциплины	6
3.3.	Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля	8
3.4.	Название тем лекций и количество часов по семестрам учебной дисциплины (модуля)	9
3.5.	Название тем практических занятий, в том числе практической подготовки и количество часов по семестрам учебной дисциплины (модуля)	9
3.6.	Лабораторный практикум	10
3.7.	Самостоятельная работа обучающегося	10
4.	Фонд оценочных материалов для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины (модуля)	
4.1.	Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.	12
4.2.	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по учебной дисциплине (модуля), соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	12
5.	Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины (модуля)	11
5.1.	Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения учебной дисциплины (модуля)	11
5.2.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины (модуля)	11
6.	Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по учебной дисциплине (модуля)	12
6.1.	Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по учебной дисциплине (модуля)	12
6.2.	Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы	13
6.3.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	14

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Личностный бренд: развитие и позиционирование» относится к факультативным дисциплинам блока ФТД.01 и проходит на 1 курсе в 1 семестре.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов комплексного представления о процессе создания личного бренда и его продвижения. Студентам необходимо знать, какие составляющие наполняют понятие «личный бренд», изучить алгоритм и этапы построения личного бренда, определить возможные черты собственного уникального личного бренда, знать правила позиционирования личного бренда и каналы его продвижения, изучить элементы визуальной идентичности личного бренда, разобраться с тем, как персональный бренд может влиять на развитие компании, ознакомиться с удачными примерами построения персонального бренда и типичными ошибками в его создании.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по учебной дисциплине (модулю)
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует. УК-6.2. Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки. УК-6.3. Выбирает и реализует с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков. УК-6.4. Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.	Знать: Понятие «личный (персональный) бренд» и его составляющие; этапы построения личного бренда и механизмы его продвижения; Уметь: составлять личностные характеристики применительно к созданию личного бренда; профессионально ориентироваться в проблемах позиционирования личного бренда; Владеть: навыками продвижения личного бренда в выбранной целевой аудитории; навыками применения на практике полученных теоретических знаний.

2. Требования к результатам освоения учебной дисциплины «Личностный бренд: развитие и позиционирование»

Дисциплина «Личностный бренд: развитие и позиционирование» является факультативной дисциплиной и преподается на 1 курсе. Знания и навыки, полученные при изучении данной дисциплины, используются студентами при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин.

2.1. Типы задач профессиональной деятельности

Задачи профессиональной деятельности, которые лежат в основе преподавания учебной дисциплины:

организационно-управленческая:

- принятие ответственности за результат действий в рамках своих функциональных обязанностей;
- обучение навыкам создания личного бренда и его продвижения в социальных сетях.
- развитие навыков коммуникации и лидерства для эффективного позиционирования личного бренда;
- формирование навыков практического применения знаний и навыков в создании личного бренда и его продвижении на рынке труда.

2.2. Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и индекса трудовой функции.

№ п/п	Номер/ индекс компетенции с содержанием компетенции (или ее части)/ трудовой функции	Номер индикатора компетенции с содержанием (или ее части)	Перечень практических навыков по овладению компетенцией	Оценочные средства
1.	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует. УК-6.2. Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки. УК-6.3. Выбирает и реализует с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков. УК- 6.4. Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.	Навыки продвижения личного бренда в выбранной целевой аудитории; Навыки применения на практике полученных теоретических знаний; Навыки применения проектной документации в рекламной деятельности и PR; Навыки проведения анализа результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	Тестирование. Представление разработанного проекта продвижения личного бренда

3. Содержание рабочей программы

3.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестры	
		№ 1	
		часов	
1	1,5	3	
Контактная работа (всего), в том числе:			
Лекции (Л)	8/0,2	8	
Практические занятия (ПЗ)	16/0,4	16	
Самостоятельная работа обучающегося (СРС), в том числе:			
Реферат (Реф)	8/0,2	8	
Подготовка к занятиям (ПЗ)	7/0,2	7	
Подготовка к текущему контролю (ПТК)	7/0,2	7	
Подготовка к промежуточному контролю (ППК)	8/0,2	8	
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	3	3
	экзамен (Э)	-	-
ИТОГО: Общая трудоемкость	час.	54	54
	ЗЕТ	1,5	1,5

3.2. Перечень разделов учебной дисциплины и компетенции, которые должны быть освоены при ее изучении.

п/ №	№ компетенции	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах (темы разделов)
1	2	3	4
1.	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки УК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует.	<i>Раздел I.</i> Сущность и понятие личного бренда	Цели личного бренда Раскрытие понятия «личный бренд» Функции и задачи личного брендинга Черты успешного руководителя Бизнес-пример (персональный бренд Артемия Лебедева) Составляющие личного бренда Эксклюзивность и последовательность Мастерство и актуальность Самопрезентация и коммуникация Бизнес-пример (Стив Джобс)
2.	УК-6.2. Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессио-	<i>Раздел II.</i> Организационно-методические аспекты процесса создания личного бренда	Построение личного бренда Стандартные этапы развития бренда Этапы построения личного бренда: содержание и результат Оценка внешней среды и целевой аудитории Маркетинговые исследования

	<p>нальной) деятельности на основе самооценки.</p>		<p>Конкурентный анализ Уникальность личного бренда Основные элементы мифа личного бренда Архетипы и построение личного бренда Позиционирование личного бренда. Миссия бренда. Позиционирование Идеальная миссия личного бренда Оценка эффективности личного брендинга Рейтинги оценки персональных брендов Оценка уровня капитализации личного бренда Визуальная идентичность личного бренда Внутренние качества и внешний образ Составляющие визуальной идентичности: визуализация облика, коммуникативная механика, вербальный эффект 5 основных ошибок самопрезентации Фирменный стиль как элемент визуальной идентичности бренда Что включает в себя фирменный стиль как элемент визуальной идентичности бренда? Требования к основным элементам Работа над собой в построении личного бренда Ораторское искусство Физическое совершенствование, занятия спортом Работа над собственным стилем и внешним обликом Целеполагание, навыки самопрезентации.</p>
3.	<p>УК-6.3. Выбирает и реализует с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков. УК- 6.4. Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.</p>	<p><i>Раздел III.</i> Продвижение личного бренда</p>	<p>Продвижение личного бренда Методы продвижения персонального бренда Основные целевые группы для продвижения: партнеры, инвесторы, клиенты, сотрудники, СМИ <i>Работа со СМИ</i> Формы работы со СМИ Бизнес-пример: внутрикорпоративная работа с персональными брендами Роль сети Интернет в продвижении личного бренда Персональный сайт Блоги Социальные сети Рассылки Веб-конференции и вебинары Профессиональные сообщества в продвижении бренда Участие в рейтингах Написание статей, книг Преподавание Профильные конференции Членство в ассоциациях и клубах Типичные ошибки при построении личного бренда 6 основных ошибок в создании персонального бренда</p>

3.3. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины «Персональный брендинг»	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ПЗ ПП	СРО	всего	
1	1	3	4	6	7	8	9
1.	1	<i>Раздел I.</i> Сущность и понятие личного бренда	2	4	10	16	устный опрос тестирование, реферат/1-4
2.	1	<i>Раздел II.</i> Организационно-методические аспекты процесса создания личного бренда	3	6	10	19	устный опрос тестирование/4-8
3.	1	<i>Раздел III.</i> Продвижение личного бренда	3	6	10	19	устный опрос тестирование, контрольная работа/8-12
		ИТОГО:	8	16	30	54	

3.4. Название тем лекций и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины

п/п.№	Название тем лекций учебной дисциплины (модуля)	Семестр
		1
1	2	3
1.	Раскрытие понятия «личный бренд». Функции и задачи личного брендинга	2
2.	Построение личного бренда	2
3.	Профессиональные сообщества в продвижении бренда	2
4.	Продвижение личного бренда	2
	Итого	8

3.5. Название тем практических занятий и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины

п/№	Название тем практических занятий базовой части дисциплины по ФГОС и формы контроля	Объем по семестрам
		1
1	2	3
1.	Цели личного бренда	2
2.	Составляющие личного бренда	2
3.	Построение личного бренда	2
4.	Оценка внешней среды и целевой аудитории	2
5.	Уникальность личного бренда	2
6.	Оценка эффективности личного брендинга	2
7.	Фирменный стиль как элемент визуальной идентичности бренда	2
8.	Продвижение личного бренда	2
	Итого	16

3.6. Лабораторный практикум

Не предусмотрено учебным планом

3.7. Самостоятельная работа обучающихся

3.7.1. Виды СРО (АУДИТОРНАЯ РАБОТА)

Не предусмотрено учебным планом

3.7.2. Виды СРО (ВНЕАУДИТОРНАЯ РАБОТА)

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Виды СРО	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	1	<i>Раздел I.</i> Сущность и понятие личного бренда	Подготовка к занятиям (ПЗ) Подготовка к текущему контролю (ПТК)	10
2.	1	<i>Раздел II.</i> Организационно-методические аспекты процесса создания личного бренда	Подготовка к занятиям (ПЗ) Подготовка к текущему контролю (ПТК)	10
3.	1	<i>Раздел III.</i> Продвижение личного бренда	Подготовка к занятиям (ПЗ) Подготовка к текущему контролю (ПТК) Контрольная работа (КР)	10
ИТОГО часов в семестре:				30

3.7.3. Примерная тематика контрольных вопросов

1. Цели личного бренда: раскрытие понятия «личный бренд»
2. Функции и задачи личного брендинга
3. Черты успешного руководителя
4. Бизнес-пример (персональный бренд Артемия Лебедева)
5. Составляющие личного бренда: эксклюзивность и последовательность, мастерство и актуальность, самопрезентация и коммуникация
6. Бизнес-пример (Стив Джобс)
7. Построение личного бренда: общая характеристика
8. Стандартные этапы развития бренда
9. Этапы построения личного бренда: содержание и результат
10. Оценка внешней среды и целевой аудитории: маркетинговые исследования, конкурентный анализ
11. Уникальность личного бренда: общая характеристика

4. Оценочные материалы для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины (модуля)

4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соответствующих с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и формулировка компетенции:

УК-6. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ОПК-2. Способен объяснять и прогнозировать социальные явления и процессы, выявлять значимые проблемы и выработать пути их решения на основе анализа и оценки профессиональной информации, научных теорий и концепций.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
<p>УК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует.</p> <p>УК-6.2. Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки.</p> <p>УК-6.3. Выбирает и реализует с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков.</p> <p>УК-6.4. Выстраивает гиб-</p>	<p>Знать: -Понятие «личный бренд» и его составляющие; -назначение проектной документации; -принципы составления проектной документации; -механизмы поддержания созданного личного бренда; - инструментарий продвижения личного бренда; Уметь: -составлять личностные характеристики применительно к созданию личного бренда; - профессионально ориентироваться в проблемах позиционирования личного бренда; -составлять необходимую проектную документацию для проведения разного рода мероприятий в сфере создания и продвижения личного бренда; Владеть: -навыками продвижения личного бренда в выбранной целевой аудитории; -навыками примене-</p>	<p>Оценки «неудовлетворительно» заслуживает ответ, содержащий: • незнание вопросов основного содержания программы; • неумение выполнять предусмотренные программой задания.</p>	<p>Оценки «удовлетворительно» заслуживает ответ, содержащий: • фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов и основного содержания программы; • затруднения в использовании научного языка и терминологии; • стремление логически, последовательно и аргументированно изложить ответ; • затруднения при выполнении предусмотренных программой заданий</p>	<p>Оценки «хорошо» заслуживает ответ, содержащий: • знание важнейших разделов и основного содержания программы; • умение пользоваться научным языком и терминологией данной дисциплины; • в целом логически корректное, но не всегда аргументированное изложение ответа; • умение выполнять предусмотренные программой задания.</p>	<p>Оценки «отлично» заслуживает ответ, содержащий: • глубокое и систематическое знание всего программного материала; • свободное владение научным языком и терминологией; • логически корректное и аргументированное изложение ответа; • умение выполнять предусмотренные программой задания.</p>

<p>кую профессиональную траекторию, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.</p>	<p>ния на практике полученных теоретических знаний. -навыками применения проектной документации в рекламной деятельности и PR -навыками проведения анализа результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p>				
--	---	--	--	--	--

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по учебной дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
<p>УК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует.</p> <p>УК-6.2. Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки.</p> <p>УК-6.3. Выбирает и реализует с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков.</p> <p>УК- 6.4. Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.</p>	<p>Знать: -Понятие «личный (персональный) бренд» и его составляющие; -назначение проектной документации; - принципы составления проектной документации; -механизмы поддержания созданного личного бренда; - инструментарий продвижения личного бренда;</p> <p>Уметь: -составлять личностные характеристики применительно к созданию личного бренда; - профессионально ориентироваться в проблемах позиционирования личного бренда; -составлять необходимую проектную документацию для проведения разного рода мероприятий в сфере создания и продвижения личного бренда;</p> <p>Владеть: -навыками продвижения личного бренда в выбранной целевой аудитории; -навыками применения на практике полученных теоретических знаний. -навыками применения проектной документации в рекламной деятельности и PR -навыками проведения анализа результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p>	<p>Тестирование. Представление разработанного проекта создания личного бренда в виде контрольной работы</p>

5. Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения учебной дисциплины

Основная литература

Печатные и (или) электронные учебные издания (включая учебники и учебные пособия)	
Социальное проектирование как технология формирования социально-личностных компетенций обучающихся вуза: учебное пособие / Поволжский государственный технологический университет. Арон, И.С. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. – 108 с. Режим доступа:– URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459455	Неограниченный доступ
Электронно-библиотечная система «Лань»	http://e.lanbook.com
Электронно-библиотечная система «Консультант студента» для ВПО	www.studmedlib.ru
База данных «Электронная учебная библиотека»	http://library.bashgmu.ru

Дополнительная литература

Печатные и (или) электронные учебные издания (включая учебники и учебные пособия)	
Холостова, Е.И. Энциклопедия социальных практик [Электронный ресурс] / Е. И. Холостова, Г. И. Климантова. - 2-е изд. – Электрон. текстовые дан. - М.: Дашков и К, 2012. - on-line. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=3950	Неограниченный доступ
Мусина-Мазнова, Г. Х. Инновационные методы практики социальной работы [Электронный ресурс] : учебное пособие для магистров / Г. Х. Мусина-Мазнова, И. А. Потапова, О. М. Коробкова. - Электрон. текстовые дан. - М. : Дашков и К, 2017. - on-line. - Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93450	Неограниченный доступ

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины (модуля)

Электронно-библиотечная система «Лань»	http://e.lanbook.com
Электронно-библиотечная система «Консультант студента» для ВПО	www.studmedlib.ru

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по учебной дисциплине (модуля)

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Б1.О.07 «Социальное проектирование»	Учебный корпус №2 ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России, кафедра философии: Учебная аудитория №201 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Учебная мебель на 24 рабочих места. Рабочее место преподавателя (стол, стул, кафедра).	450000, Республика Башкортостан, г. Уфа, Кировский р-н, ул. Заки Валиди, д.47, 2этаж, № 351

	<p>Доска учебная меловая.</p> <p>Учебная аудитория №229 для самостоятельной работы Учебная мебель на 24 рабочих места. Рабочее место преподавателя (стол, стул, кафедра). Доска учебная меловая. Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет».</p> <p>Библиотека (комн. № 126) оборудованная мультимедийными, методическими, наглядными, и другими средствами обучения. Оборудование: компьютер, мультимедийный проектор, экран, стенды с учебно-методическими материалами, демонстрационный и справочный материал.</p> <p>Учебная аудитория № 531 – для самостоятельной работы. Помещение оборудовано компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России.</p> <p>Государственное автономное учреждение социального обслуживания населения Республиканский геронтологический центр «Именлек».</p> <p>Учебная комната №201 для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Учебная мебель на 18 рабочих мест. Рабочее место преподавателя (стол, стул). Доска учебная меловая. Оборудование: стол двухтумбовый, доска интерактивная IQBoard PS S080ноутбук Lenovo (экран 15.6", опер.память 4 Гб, HDD 500 Гб).</p>	<p>450000, Республика Башкортостан, г. Уфа, Кировский р-н, ул. Заки Валиди, д.47, 2этаж, № 229</p> <p>450008, Республика Башкортостан, г. Уфа, Кировский р-н, ул. Пушкина, д. 96, корп. 98, 1 этаж, №126</p> <p>450008, Республика Башкортостан, г. Уфа, Кировский р-н, ул. Пушкина, д. 96, корп. 98, 5 этаж, №531</p> <p>450075, Республика Башкортостан, г. Уфа, Октябрьский р-н, ул. Р. Зорге, 71/2, 2 этаж, 201</p>
--	--	---

6.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. <http://medbiol.ru> - Сайт для образовательных и научных целей..
2. <https://www.merlot.org/merlot/index.htm> - MERLOT - Multimedia Educational Resource for Learning and Online Teaching.
3. www.elibrary.ru - национальная библиографическая база данных научного цитирования (профессиональная база данных)
4. www.scopus.com - крупнейшая в мире единая реферативная база данных (профессиональная база данных)

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

№ п/п	Наименование	Описание	Кол-во	Поставщик	Где установлено
1.	Права на программу для ЭВМ корпоративная лицензия на специальный набор программных продуктов Microsoft Desktop School ALNG LicSAPK OLVS E IY AcadenicEdition Enterprise	Операционная система Microsoft Windows + офисный пакет Microsoft Office	200	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
2.	Права на программу для ЭВМ набор веб-сервисов, предоставляющих доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office для образования Microsoft Office 365 A5 for faculty - Annually	Организация ВКС Microsoft Teams	25	ООО «Софтлайн Трейд»	Лекционные аудитории Кафедры и подразделения Университета
3.	Права на программу для ЭВМ система антивирусной защиты персональных компьютеров Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита + Центр управления	Антивирусная защита (российское ПО)	1750	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервера, кафедры и подразделения Университета
4.	Права на программу для ЭВМ система антивирусной защиты рабочих станций и файловых серверов Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 1 year Educational Renewal License	Антивирусная защита (российское ПО)	450	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
5.	Права на программу для ЭВМ Офисное программное обеспечение МойОфис Стандартный	Офисный пакет (российское ПО)	120	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
6.	Права на программу для ЭВМ Операционная система для образовательных учреждений Астра Linux Common Edition	Операционная система (российское ПО)	40	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
7.	Права на программу для ЭВМ Система контент-фильтрации SkyDNS	Фильтрация интернет-контента (российское ПО)	1	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервер
8.	Права на программу для ЭВМ Система для организации и проведения веб-конференций, вебинаров, мастер-классов Mirapolis Virtual Room	Организации веб-конференций, вебинаров, мастер-классов (российское ПО)	1	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервер
9.	Права на программу для ЭВМ Система дистанционного обучения Русский Moodle 3KL	Учебный портал (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО)	1	«Софтлайн Трейд»	Хостинг на внешнем ресурсе
10.	Права на программу для ЭВМ "АИС «БИТ: Управление вузом»"	Электронный деканат (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО) (российское ПО)	1	Компания «Первый БИТ»	Сервер
11.	Права на программу для ЭВМ «1С-Битрикс: Внутренний портал учебного заведения» (неогр. кол-во пользователей)	Корпоративный портал (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО)	1	ООО «ВэбСофт»	Сервер
12.	Права на программу для ЭВМ «1С-Битрикс: Управление сайтом - Эксперт»	Сайт ОО (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО)	1	ООО «ВэбСофт»	Хостинг на внешнем ресурсе
13.	Права на программу для ЭВМ «1С-Битрикс: Сайт учебного заведения»	Сайт ОО (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО)	1	ООО «ВэбСофт»	Хостинг на внешнем ресурсе