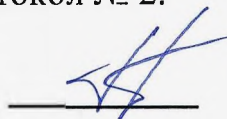


При разработке рабочей программы учебной дисциплины (модуля) в основу положены:

- 1) ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерством науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г № 954;
- 2) Профессиональный стандарт «Экономист предприятия», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 30 марта 2021г. № 161н
- 3) Профессиональный стандарт «Бизнес-аналитик», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25 сентября 2018 года № 592н (В редакции, введенной в действие с 20 января 2019 года приказом Минтруда России от 14 декабря 2018 года № 807н.).
- 4) Профессиональный стандарт «Специалист по финансовому консультированию», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 марта 2015 года №167н
- 5) Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Минтруда РФ от 17.04.18 г. №248н
- 6) Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 ноября 2023г. № 790н
- 7) Профессиональный стандарт «Специалист по экономике труда», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 ноября 2020г. № 795н
- 8) Профессиональный стандарт «Специалист по работе с инвестиционными проектами», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 23 сентября 2024г. № 497н
- 9) Учебный план по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата), утвержденный Ученым советом ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России от «25» ноября 2025 г., протокол № 10.

Рабочая программа учебной дисциплины «Профессиональное самоопределение и саморазвитие» одобрена на заседании кафедры экономики и менеджмента «28» октября 2025г., протокол № 2.

И.о. заведующего кафедрой

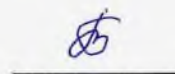


И.В. Буренина

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена УМС Центра инновационных образовательных программ «19» ноября 2025 г., протокол №3.

Председатель УМС

Центра инновационных образовательных программ



Т.Н. Титова

Разработчик:

1. Сайфуллина София Фаруковна, к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и менеджмента

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ:

1.	Пояснительная записка	3
1.1.	Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	3
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	4
2.1.	Типы задач профессиональной деятельности	4
2.2.	Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине	4
3.	Содержание рабочей программы	5
3.1.	Объем учебной дисциплины (модуля) и виды учебной работы	5
3.2.	Перечень разделов учебной дисциплины и компетенций с указанием соотнесенных с ними тем разделов дисциплины	5
3.3.	Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля	6
3.4.	Название тем лекций и количество часов по семестрам учебной дисциплины (модуля)	6
3.5.	Название тем практических занятий и количество часов по семестрам учебной дисциплины (модуля)	6
3.6.	Лабораторный практикум	7
3.7.	Самостоятельная работа обучающегося	7
4.	Оценочные материалы для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины (модуля)	9
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.	9
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	10
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)	12
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	13
		15

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг» относится к обязательной части Блока 1. Б1.О.08 учебного плана ОПОП ВО подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата).

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цели изучения дисциплины: формирование у студентов системного представления о современном маркетинге как концепции управления и рыночной деятельности организации. Дисциплина направлена на освоение теоретических основ, инструментов и методов маркетингового анализа, планирования и реализации маркетинговых стратегий,

развитие практических навыков принятия управленческих решений в условиях конкурентной рыночной среды.

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)
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.3 Разрабатывает рекомендации и оценивает экономическую эффективность развития новых направлений деятельности организаций	Знает основы маркетинга, методы анализа рынков, инструменты разработки и оценки эффективности новых направлений деятельности организаций. Умеет разрабатывать рекомендации по развитию новых направлений деятельности и оценивать их экономическую эффективность на основе маркетинговых методов. Владеет навыками маркетингового анализа, обоснования управленческих решений и оценки эффективности новых проектов и направлений деятельности

2. Требования к результатам освоения учебной дисциплины

2.1. Типы задач профессиональной деятельности

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

-организационно-управленческая.

При этом задачами дисциплины являются:

- ознакомление студентов с концепциями маркетинга как «рыночной теории управления» в разных секторах отечественного здравоохранения;

- ознакомление с организацией маркетинговой деятельности медицинской организации в современных условиях (применительно к ОМС, платным услугам);

- изучение методики маркетинговых исследований в условиях медицинской организации;

- изучение процесса проведения социологических исследований мнения потребителей о медицинских услугах;

- формирование навыков выбора эффективного метода доведения информации до потребителей;

- формирование навыков проведения научных исследований по проблемам управления маркетинговой деятельностью медицинской организации.

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

Изучение учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

п/№	Номер/ индекс компетенции	Номер индикатора компетенции (или его	Индекс трудовой	Перечень практических	Оценочные средства
-----	---------------------------	---------------------------------------	-----------------	-----------------------	--------------------

	(или его части) и ее содержание	части) и его содержание	функции и ее содержание	навыков по овладению компетенцией	
1	2	3	4	5	6
1	ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.3 Разрабатывает рекомендации и оценивает экономическую эффективность развития новых направлений деятельности организаций	А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Владеет навыками маркетингового анализа, обоснования управленческих решений и оценки эффективности новых проектов и направлений деятельности	Тестовые задания, ситуационные задачи, контрольная работа

3. Содержание рабочей программы

3.1 Объем учебной дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Вид учебной работы		Всего часов/ зачетных единиц	Семестр	
			№5	
			часов	
Контактная работа (всего), в том числе:		106/2,9	106	
Лекции (Л)		24/0,7	24	
Практические занятия		22/0,6	22	
Курсовые работы		36/1	36	
Лабораторные работы (ЛР)		24/0,7	24	
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе:		74/2,1	74	
Подготовка к занятиям (ПЗ)		54/1,5	54	
Подготовка к текущему контролю (ПТК)		10/0,28	10	
Подготовка к промежуточному контролю (ППК)		10/0,28	10	
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	-	-	
	экзамен (Э)	Э	Э	
ИТОГО: Общая трудоемкость	час.	216	216	
	ЗЕТ	6	6	

3.2. Перечень разделов учебной дисциплины и компетенций с указанием соотношенных с ними тем разделов дисциплины

п/№	Компетенции	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела (темы разделов)
1	2	3	4
1.	ОПК-4	Теоретические основы маркетинга	Маркетинг как дисциплина и предмет изучения; современные концепции маркетинга; социальный

			маркетинг; маркетинговая характеристика рынка в здравоохранении; маркетинг медицинских услуг; товарная политика; ценовая политика.
2.	ОПК-4	Маркетинговые исследования в здравоохранении	Маркетинговая информационная система; маркетинговые исследования; сегментирование рынка здравоохранения; управление маркетингом в медицинской организации; планирование маркетинговой деятельности; коммуникационная политика в маркетинге здравоохранения; конкуренция в здравоохранении, реклама медицинских товаров и услуг.

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

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ЛР	ПЗ	СРО	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	1	Теоретические основы маркетинга	8	-	6	24	38	Тестовые задания, ситуационные задачи, контрольная работа
2.	1	Маркетинговые исследования в здравоохранении	16	24	16	50	106	Тестовые задания, ситуационные задачи, контрольная работа
3.		ИТОГО:	24	24	22	74	144	

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

№ п/п	Название тем лекций учебной дисциплины (модуля)	Семестр
		№ 5
1	2	3
1.	Маркетинг как дисциплина и предмет изучения. Современные концепции маркетинга.	4
2.	Рынок товаров и услуг. Основные элементы рынка: спрос и предложение	4
3.	Товарная и ценовая политика организации.	4
4.	Маркетинговый комплекс. Разработка маркетингового комплекса	4
5.	Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг. Сегментация рынка медицинских услуг	4
6.	Организация управления маркетингом в учреждениях здравоохранения. Особенности конкурентной политики в здравоохранении. Реклама медицинских товаров и услуг.	4
	ИТОГО	24

3.5. Название тем практических занятий в том числе практической подготовки и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины (модуля).

№ п/п	Название тем практических занятий	Объем по семестрам
-------	-----------------------------------	--------------------

		№5
1	2	3
1.	Маркетинг как дисциплина и предмет изучения. Современные концепции маркетинга.	2
2.	Рынок товаров и услуг. Основные элементы рынка: спрос и предложение	4
3.	Товарная и ценовая политика организации.	4
4.	Маркетинговый комплекс. Разработка маркетингового комплекса	4
5.	Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг. Сегментация рынка медицинских услуг	4
6.	Организация управления маркетингом в учреждениях здравоохранения. Особенности конкурентной политики в здравоохранении. Реклама медицинских товаров и услуг.	4
	ИТОГО	22

3.6. Лабораторный практикум

№ п/п	Тематика лабораторных работ	Объем по семестрам
		№5
1	2	3
1	Рынок медицинских услуг. Основные элементы рынка: спрос и предложение	4
2	Товарная и ценовая политика медицинской организации.	4
3	Маркетинговый комплекс. Разработка маркетингового комплекса	4
4	Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг. Сегментация рынка медицинских услуг	4
5	Организация управления маркетингом в учреждениях здравоохранения.	4
6	Особенности конкурентной политики в здравоохранении. Реклама медицинских товаров и услуг.	4
	ИТОГО	24

3.7. Самостоятельная работа обучающегося

3.7.1. Виды СРО (АУДИТОРНАЯ РАБОТА) не реализуется

3.7.2. Виды СРО (ВНЕАУДИТОРНАЯ РАБОТА)

№ п/п	№ семестра	Тема СРО	Виды СРО	Всего часов
1	2	3	4	5
1	5	Теоретические основы маркетинга	- подготовка к практическим занятиям; - работа с электронными ресурсами; - чтение учебной литературы, текстов лекций;	24
2		Маркетинговые исследования в здравоохранении	- подготовка к практическим занятиям; - работа с электронными ресурсами; - чтение учебной литературы, текстов лекций; - подготовка курсовой работы; - подготовка к промежуточной аттестации	50
ИТОГО часов в семестре:				74

3.7.3. Примерная тематика контрольных вопросов

Контрольные вопросы, вопросы к зачету (Семестр 6)

1. Сущность, этапы развития маркетинга. Функции и основные категории маркетинга.

2. Понятие и особенности маркетинга в здравоохранении. Предпосылки использования маркетинговых инструментов в здравоохранении.
3. Понятие «маркетинг в здравоохранении». Основные концепции маркетинговой деятельности.
4. Содержание понятия «маркетинг». Виды маркетинга в сфере некоммерческой деятельности.
5. Базовые категории маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, рынок.
6. Маркетинг в здравоохранении. Понятие и особенности социального маркетинга.
7. Маркетинг медицинских услуг: определение, характеристики медицинской услуги.
8. Рынок как один из элементов маркетинга. Субъекты, объекты, функции рынка. Специфика рынка в здравоохранении.
9. Понятие «рынок». Основные элементы рынка: спрос, предложение, цена.
10. Рынок в здравоохранении. Спрос, виды спроса, основные стратегии маркетинга.
11. Действие законов спроса и предложения на рынке медицинских услуг. Коэффициент ценовой эластичности спроса и предложения.
12. Специфика рынка в здравоохранении. Модель потребительского поведения.
13. Товарная политика организации. Понятие «товар» в системе маркетинга. Этапы разработки нового товара.
14. Товарная политика в системе маркетинга. Жизненный цикл товара. Виды жизненного цикла товара.
15. Товарная политика в здравоохранении. Позиционирования товара на рынке медицинских услуг.
16. Разработка маркетингового комплекса. Содержание элементов маркетингового комплекса: товар, цена, методы распространения и стимулирования.
17. Маркетинговый подход к ценообразованию. Виды цен на медицинские услуги.
18. Цена и ценообразование в маркетинге: ценовая политика, виды ценовых стратегий.
19. Медицинская услуга: социально-экономическая характеристика. Себестоимость медицинской услуги.
20. Сущность маркетингового исследования. Виды, этапы маркетингового исследования.
21. Маркетинговое исследование в здравоохранении. Объекты маркетингового исследования, параметры их исследования.
22. Маркетинговая информационная система. Источники и признаки маркетинговой информации.
23. Маркетинговая информация. Методы сбора маркетинговой информации.
24. Маркетинговая информация. Метод SWOT-анализа положения медицинской организации на рынке.
25. Маркетинговые среды в здравоохранении. Анализ маркетинговой микросреды.
26. Маркетинговые среды в здравоохранении. Анализ маркетинговой макросреды.
27. Сегментация рынка в здравоохранении. Основные цель, критерии, технологии проведения сегментации рынка медицинских услуг.
28. Сегментация рынка в здравоохранении. Выбор целевых сегментов, стратегии охвата рынка.
29. Организация управления маркетингом в ЛПУ. Задачи и функции маркетинговой службы.
30. Организация управления маркетингом в ЛПУ. Виды организационных структур управления службой маркетинга в медицинской организации.
31. Особенности конкурентной политики в здравоохранении. Виды конкуренции.
32. Конкуренция в здравоохранении. Особенности оценки конкурентоспособности медицинских услуг
33. Планирование как функция управления маркетинговой деятельностью. Содержание маркетингового плана.

34. Планирование как функция управления маркетинговой деятельностью. Бизнес-планирование.
35. Коммуникационная политика в маркетинге здравоохранения. Содержание системы формирования спроса и стимулирования сбыта.
36. Коммуникационная политика в маркетинге здравоохранения. «Связи с общественностью» как инструмент маркетинговой коммуникационной политики.
37. Понятие «реклама». Характерные черты рекламы. Понятие о ненадлежащей рекламе.
38. Понятие «реклама». Субъекты рекламы. Основные рекламные средства.
39. Рекламная деятельность организации. Каналы распространения рекламы.
40. Рекламная деятельность в отрасли здравоохранения. Оценка эффективности рекламы.

Тематика курсовых работ

1. Анализ и оценка эффективности маркетинговой стратегии компании (на примере конкретной организации).
2. Поведение потребителей на рынке и факторы, влияющие на выбор товара.
3. Роль цифрового маркетинга в продвижении товаров и услуг.
4. Разработка маркетингового плана для вывода нового продукта на рынок.
5. Особенности формирования имиджа бренда и его влияние на покупательскую лояльность.
6. Применение инструментов маркетинговых коммуникаций в сфере услуг.
7. Исследование конкурентоспособности предприятия на локальном рынке.
8. Влияние социально-культурных факторов на потребительское поведение.
9. Использование нейромаркетинга в современном бизнесе: возможности и риски.
10. Роль персонализированного маркетинга в повышении клиентской удовлетворенности.
11. Маркетинговые исследования как инструмент принятия управленческих решений.
12. Этапы формирования и продвижения бренда на рынке.
13. Влияние маркетинга в социальных сетях на формирование потребительских предпочтений.
14. Особенности B2B-маркетинга и его инструменты.
15. Этические аспекты маркетинговой деятельности: проблемы и пути решения.
16. Контент-маркетинг как инструмент повышения узнаваемости бренда.
17. Анализ маркетинговых тенденций в сфере электронной коммерции.
18. Роль и значение ценовой политики в организации здравоохранения.
19. Организация и проведение маркетингового исследования для малого бизнеса.
20. Влияние визуального брендинга на восприятие и доверие потребителей.

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

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

Код и формулировка компетенции ПК-5 Способен применять современные управленческие технологии (сервис-дизайн, нейроменеджмент, коммуникативные методики) для проектирования клиенто-ориентированных процессов, оптимизации организационного взаимодействия и повышения эффективности управленческих решений в здравоохранении.

Код и наименование	Результаты обучения по	Критерии оценивания результатов обучения
--------------------	------------------------	--

индикатора достижения компетенции	дисциплине	2 «Не удовлетворительно»	3 «Удовлетворительно»	4 «Хорошо»	5 «Отлично»
ОПК-4.3 Разрабатывает рекомендации и оценивает экономическую эффективность развития новых направлений деятельности организаций	Знает основы маркетинга, методы анализа рынков, инструменты разработки и оценки эффективности и новых направлений деятельности организаций. Умеет разрабатывать рекомендации по развитию новых направлений деятельности и оценивать их экономическую эффективность на основе маркетинговых методов. Владеет навыками маркетингового анализа, обоснования управленческих решений и оценки эффективности и новых проектов и направлений деятельности	Студент отказался от ответа или не смог ответить на вопросы билета, ответ на вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.	При ответе на вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Вопросы изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос	Студент раскрыл в основном вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки	Студент дает полный и правильный ответ на поставленные в экзаменационном билете вопросы, выполняет предложенные задания, а также отвечает на дополнительные вопросы

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
ОПК-4.3 Разрабатывает рекомендации и оценивает экономическую эффективность развития новых направлений деятельности организаций	Знает основы маркетинга, методы анализа рынков, инструменты разработки и оценки эффективности новых направлений деятельности организаций. Умеет разрабатывать рекомендации по развитию новых направлений деятельности и оценивать их экономическую эффективность на основе маркетинговых методов. Владет навыками маркетингового анализа, обоснования управленческих решений и оценки эффективности новых проектов и направлений деятельности	Оценочные материалы открытого и закрытого типа

5. Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины (модуля)

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

Основная литература

№п/п	Наименование печатных и (или) электронных образовательных и информационных ресурсов	Наличие печатных и (или) электронных образовательных и информационных ресурсов, количество экземпляров на одного обучающегося по основной образовательной программе
1.	Чертыковцев, В. К. Маркетинг : учебник для вузов / В. К. Чертыковцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-507-51925-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/462350 (дата обращения: 25.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Неограниченный доступ
2.	Решеткина, Ю. В. Маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Решеткина, О. А. Столярова. — Пенза : ПГАУ, 2025. — 233 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/509653 (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Неограниченный доступ
3.	Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/459902 (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Неограниченный доступ

Дополнительная литература

№п/п	Наименование печатных и (или) электронных образовательных и информационных ресурсов	Наличие печатных и (или) электронных образовательных и информационных ресурсов, количество экземпляров на одного обучающегося по основной образовательной программе
1	Чепаченко, Н. В. Маркетинг: практикум : учебное пособие / Н. В. Чепаченко, С. А. Николихина, Н. А. Половникова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2021. — 49 с. — ISBN 978-5-7641-1558-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. —	Неограниченный доступ

	URL: https://e.lanbook.com/book/230534 (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	
2	Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297 с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/173925 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.	

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

1. <https://www.medicinform.net/> (Медицинская информационная сеть)
2. <https://www.studentlibrary.ru/> (Консультант студента)
3. <http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань»)
4. <http://library.bashgmu.ru> (База данных «Электронная учебная библиотека»)
5. <http://www.consultant.ru> Консультант Плюс: справочно-правовая система
6. www.studmedlib.ru Электронно-библиотечная система «Консультант студента» для ВПО

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

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

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта (с указанием площади и номера помещения в соответствии с документами бюро технической инвентаризации)
1	2	3	4
1.	Маркетинг	Учебная комната № 320 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Рабочее место для преподавателя (1 стол, 1 стул); рабочие места для обучающихся (письменные столы (парты)) – 25 парт, доска классная -1шт. Оборудование: ноутбук, телевизор плазменный 50 «LG» 50 PK 760 Black, мультимедийный проектор, экран настенный. Доступ к интернету. Учебно-методические материалы: методические указания, тестовые задания, ситуационные задачи, стенды с учебной информацией, таблицы, планшеты.	450008, Республика Башкортостан, г. Уфа, Кировский р-н, ул. Ленина, д. 3, 3 этаж, 65 кв.м., № 320.
2.	Маркетинг	Учебная комната № 320 - учебная аудитория для проведения практических занятий. Рабочее место для преподавателя (1 стол, 1 стул); рабочие места для	450008, Республика Башкортостан, г. Уфа, Кировский р-н, ул. Ленина, д. 3, 3 этаж, 65 кв.м., № 320.

		обучающихся (письменные столы (парты)) – 25 парт, доска классная -1шт. Оборудование: ноутбук, телевизор плазменный 50 «LG» 50 PK 760 Black, мультимедийный проектор, экран настенный. Доступ к интернету. Учебно-методические материалы: методические указания, тестовые задания, ситуационные задачи, стенды с учебной информацией, таблицы, планшеты.	
3.	Маркетинг	Учебная комната № 345 - компьютерный класс для проведения лабораторных работ. Рабочее место для преподавателя (1 стол, 1 стул); компьютерные столы на 16 рабочих мест, доска классная -1шт.. Оборудование: интерактивная доска, мультимедийный проектор, моноблоки. Доступ к интернету. Учебно-методические материалы: методические указания, тестовые задания, ситуационные задачи	450008, Республика Башкортостан, г. Уфа, Кировский р-н, ул. Пушкина, д. 96, корп. 98. 3 этаж, 39,4 кв. м. № 345.
4.	Маркетинг	Учебная комната №126 - учебная аудитория для курсового проектирования. Парты -8, стулья – 30 . Оборудование: телевизор плазменный IFFALCON – 1 шт., АРМ AQUARIUS – 1 шт. Доступ к интернету. Учебно-методические материалы: методические указания, тестовые задания, ситуационные задачи	450008, Республика Башкортостан, г. Уфа, Кировский р-н, ул. Пушкина, д. 96/98, 1 этаж, 67.2 кв.м, № 126.
5.	Маркетинг	Учебная комната №126 - учебная аудитория для самостоятельной работы. Парты -8, стулья – 30 . Оборудование: телевизор плазменный IFFALCON – 1 шт., АРМ AQUARIUS – 1 шт. Доступ к интернету. Учебно-методические материалы: методические указания, тестовые задания, ситуационные задачи	450008, Республика Башкортостан, г. Уфа, Кировский р-н, ул. Пушкина, д. 96/98, 1 этаж, 67.2 кв.м, № 126.

6.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. <http://www.studmedlib.ru/> - многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронно-библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, в том числе аудио, видео, анимации, интерактивным материалам, тестовым заданиям и др.
2. <http://e.lanbook.com> - электронно-библиотечная система издательства «Лань» - ресурс, включающий в себя электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы по естественным и гуманитарным наукам.
3. <https://www.books-up.ru/> - электронно-библиотечная система «Букап» - это новый формат библиотечной системы, в которой собраны книги медицинской тематики: электронные версии качественных первоисточников от ведущих издательств со всего мира.

4. <https://rusneb.ru/> - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ граждан Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры до новейших авторских произведений.
5. <https://www.ras.ru/> - электронные версии **коллекции журналов «Российской академии наук» (РАН)**
6. <https://dlib.eastview.com/> - коллекция журналов «Медицина и здравоохранение» на платформе компании ИВИС. В коллекцию входят журналы как за текущий год, так и архив номеров.
7. <http://ovidsp.ovid.com/> - полнотекстовая коллекция журналов от ведущего международного медицинского издательства LWW, в которых публикуются актуальные исследования и материалы по различным областям медицины.
8. <https://link.springer.com/> - полнотекстовая коллекция электронных книг и полнотекстовая политематическая коллекция журналов издательства Springer Nature на английском языке по различным отраслям знаний.
9. <http://onlinelibrary.wiley.com> - полнотекстовые коллекции, которые включают в себя как текущие, так и архивные выпуски из более чем 1700 журналов издательства John Wiley & Sons, Inc., охватывающие такие области как гуманитарные, естественные, общественные и технические науки, а также сельское хозяйство, медицину и здравоохранение.
10. <https://www.cochranelibrary.com> - базы данных Кокрейновской библиотеки предоставляют информацию и доказательства для поддержки решений, принимаемых в медицине и других областях здравоохранения, а также информируют тех, кто получает медицинскую помощь. Ресурс позволяет найти информацию о клинических испытаниях, кокрейновских обзорах, некокрейновских систематических обзорах, методологических исследованиях, технологических и экономических оценках по определенной теме или заболеванию.
11. <https://www.orbit.com/> - база данных патентного поиска, объединяющая информацию о более чем 122 миллионах патентных публикаций, полученную из 120 международных патентных ведомств, включая РосПатент, Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС), Европейскую патентную организацию.
12. <http://search.ebscohost.com/> - полнотекстовая коллекция, которая включает 144 электронные книги от ведущих научных и университетских издательств и охватывает все дисциплины, изучаемые в медицинском вузе.
13. <https://nmal.nucleusmedicalmedia.com/home> - база изображений Nucleus Medical Art Library (NMAL). Созданная Nucleus Medical Art, NMAL содержит растущую коллекцию высококачественных иллюстраций и анимаций, изображающих анатомию, физиологию, хирургию, патологию, болезни, состояния, травмы, эмбриологию, гистологию и другие медицинские темы.
14. www.jaypeedigital.com - комплексная платформа медицинских ресурсов для студентов, преподавателей, научных и медицинских работников охватывает более 60 медицинских специальностей, включая смежные области – стоматологию, уход за больными, физиотерапию, фармакологию. Цифровой контент JAYPEE DIGITAL содержит клиническую диагностику, лабораторные исследования, современные хирургические процедуры, клинические методы от лучших специалистов отрасли по всему миру.
15. <https://eduport-global.com/> - электронная библиотека медицинской литературы от CBS Publishers & Distributors Pvt. Ltd., одного из ведущих издательств на Индийском

субконтиненте, известного своими качественными учебниками по медицинским наукам и технологиям.

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 система антивирусной защиты персональных компьютеров Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита + Центр управления	Антивирусная защита (российское ПО)	2500	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервера, кафедры и подразделения Университета
2.	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)	600	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
3.	Права на программу для ЭВМ Офисное программное обеспечение МойОфис Стандартный	Офисный пакет (российское ПО)	1500	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
4.	Права на программу для ЭВМ Операционная система для образовательных учреждений Астра Linux Special Edition	Операционная система (российское ПО)	1500	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
5.	Права на программу для ЭВМ Система контент-фильтрации SkyDNS	Фильтрация интернет-контента (российское ПО)	1	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервер
6.	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
7.	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
8.	Права на программу для ЭВМ "АИС «БИТ: Управление вузом»"	Электронный деканат (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО)	1	Компания «Первый БИТ»	Сервер

		(российское ПО)			
9.	Права на программу для ЭВМ «1С-Битрикс: Внутренний учебный портал» (неогр. кол-во пользователей)	Корпоративный портал (в составе ЭИОС БГМУ) (российское ПО)	1	ООО «ВэбСофт»	Сервер
10.	Права на программу для ЭВМ «1С-Битрикс: Управление сайтом - Эксперт»	Сайт ОО (в составе ЭИОС БГМУ)	1	ООО «ВэбСофт»	Хостинг на внешнем ресурсе
11.	Права на программу для ЭВМ «1С-Битрикс: Сайт учебного заведения»	(российское ПО)	1	ООО «ВэбСофт»	Хостинг на внешнем ресурсе
12.	Права на программу для ЭВМ "Информационная система управления вузом" (ИСУУ)	в составе ЭИОС БГМУ	1	ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный морской технический университет»	Кафедры подразделения Университета и