

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт физики



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Менеджмент и маркетинг Б1.Б.5

Направление подготовки: 120100.62 - Геодезия и дистанционное зондирование

Профиль подготовки: Космическая геодезия и навигация

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Мещерякова С.А.

Рецензент(ы):

Палей Т.Ф.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Палей Т. Ф.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института физики:

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 688914

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Мещерякова С.А. кафедра общего менеджмента Отделение менеджмента, SAMescheryakova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

формирование компетенций, способствующих осуществлению самостоятельной организационно-управленческой деятельности, обеспечению эффективного управления организацией, совершенствованию управления в соответствии с тенденциями социально-экономического развития, проектированию, планированию и организации топографо-геодезических работ, выработке продуманных, теоретически обоснованных управленческих решений и руководству их осуществлением.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.Б.5 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 120100.62 Геодезия и дистанционное зондирование и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

дисциплина входит в раздел "Б.1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл. Базовая часть" ФГОС ВПО по направлению подготовки "Геодезия и дистанционное зондирование".

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в результате обучения в средней общеобразовательной школе, содержание которых включает основы экономической теории, социологии и психологии, а также в результате освоения дисциплины "Микроэкономика".

Данная учебная дисциплина предшествует завершающему этапу образования - написанию выпускной квалификационной работы, формирует необходимые для этого компетенции.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-14 (общекультурные компетенции)	способностью ориентироваться в базовых положениях экономической теории, особенностях рыночной экономики, самостоятельно вести поиск работы на рынке труда (ОК-13); способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны
ОК-5 (общекультурные компетенции)	способностью к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
ОК-6 (общекультурные компетенции)	умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков
ОК-8 (общекультурные компетенции)	использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-9 (общекультурные компетенции)	владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
ПК-17 (профессиональные компетенции)	готовностью к планированию, организации и проведению полевых и камеральных топографо-геодезических и аэрофотосъемочных работ

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные категории менеджмента и маркетинга;
- элементы внутренней и внешней среды организации;
- основные этапы внутрифирменного планирования;
- принципы принятия и реализации управленческих решений;
- основные методы управления персоналом;
- методы, способы и средства получения и обработки информации о деятельности организации.

2. должен уметь:

- систематизировать и обобщать информацию о состоянии внешней и внутренней среды организации;
- выявлять слабые места в деятельности организации и проблемы организационно-управленческого характера, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
- разрабатывать и обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений, руководить их осуществлением;
- разрабатывать планы и организовывать работу исполнителей;
- разрабатывать мероприятия по повышению эффективности деятельности персонала.

3. должен владеть:

- методами сбора организационно-управленческой и нормативно-правовой информации и способами её обобщения;
- методологией анализа рыночной среды на микроэкономическом уровне;
- способами оценки производственно-экономического потенциала организации и пути достижения высокой эффективности воспроизводственного цикла;
- методологией разработки и оценки эффективности управленческих решений;
- принципами и методами рыночной сегментации, формированием спроса и стимулирования сбыта, методами рекламной работы и "публик рилейшнз";
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

разрабатывать и обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений, руководить их осуществлением

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Понятие менеджмента: сущность и характерные черты	8	1-2	2	4	0	дискуссия
2.	Тема 2. Организация и её среда	8	3-4	2	4	0	дискуссия
3.	Тема 3. Основные функции менеджмента и их реализация	8	5-6	2	4	0	научный доклад
4.	Тема 4. Технология принятия управленческих решений	8	7	2	2	0	деловая игра
5.	Тема 5. Коммуникации в организации	8	8-9	2	4	0	научный доклад
6.	Тема 6. Основы маркетинга	8	10-13	3	8	0	творческое задание
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	экзамен
	Итого			13	26	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие менеджмента: сущность и характерные черты

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Определение менеджмента. Менеджмент как вид управленческой деятельности. Предмет и объект менеджмента. Менеджмент наука и искусство управления.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Роль менеджмента, его задачи и эффективность. Принципы и методы менеджмента.

Тема 2. Организация и её среда

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Внутренняя среда организации. Основные элементы внутренней среды (цели, задачи, структура, технология, люди). Внешняя среда и её воздействие на организацию. Факторы прямого и косвенного воздействия.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Внутренняя среда организации. Основные элементы внутренней среды (цели, задачи, структура, технология, люди). Внешняя среда и её воздействие на организацию. Факторы прямого и косвенного воздействия.

Тема 3. Основные функции менеджмента и их реализация

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль и координация). Взаимосвязь функций менеджмента.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Функция ?планирование?. Сущность и виды планирования. Система планов организации. План развития организации. Тактические планы. Функция - Организация. Понятие организационной структуры управления, её элементы, принципы проектирования. Виды организационных структур, их характеристика. Функция - Мотивация. Роль человека в организации. Методы управления персоналом (административные, материальные и социально-психологические). Использование мотивации в практике менеджмента. Функция -Контроль. Сущность, виды и этапы контроля. Поведенческие аспекты контроля.

Тема 4. Технология принятия управленческих решений

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность управленческих решений, их характеристика. Виды управленческих решений. Требования, предъявляемые к управленческому решению. Информационное обеспечение управленческих решений Этапы процесса принятия решений. Появление проблемы. Выявление факторов и условий. Разработка решений. Оценка и принятие решений. Индивидуальные и коллективные решения: их достоинства и недостатки. Организация выполнения принятого решения.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Этапы процесса принятия решений. Появление проблемы. Выявление факторов и условий. Разработка решений. Оценка и принятие решений. Индивидуальные и коллективные решения: их достоинства и недостатки. Организация выполнения принятого решения.

Тема 5. Коммуникации в организации

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Роль коммуникаций в организации. Виды и формы коммуникаций. Основные этапы коммуникационного процесса. Виды коммуникационных барьеров. Сущность и типы конфликтов. Причины и последствия конфликта. Управление конфликтной ситуацией.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Основные этапы коммуникационного процесса. Виды коммуникационных барьеров. Сущность и типы конфликтов. Причины и последствия конфликта. Управление конфликтной ситуацией.

Тема 6. Основы маркетинга

лекционное занятие (3 часа(ов)):

Принципы и функции маркетинга. Цели и методы маркетинга. Информационное обеспечение маркетинга. Основные понятия маркетинга. Понятие товара, услуги, работы. Понятие конкурентоспособности товара. Концепция жизненного цикла товара. Виды цен и методы их установления. Виды и назначение скидок с цен. Ценовые стратегии и их реализация. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара. Формирование каналов распределения Организация продажи товаров. Прямой маркетинг. Реклама и стимулирование сбыта. Мероприятия паблик рилейшнз.

практическое занятие (8 часа(ов)):

Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара. Формирование каналов распределения Организация продажи товаров. Прямой маркетинг. Реклама и стимулирование сбыта. Мероприятия паблик рилейшнз.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Понятие менеджмента: сущность и характерные черты	8	1-2	подготовка к дискуссии	3	дискуссия
2.	Тема 2. Организация и её среда	8	3-4	подготовка к дискуссии	5	дискуссия
3.	Тема 3. Основные функции менеджмента и их реализация	8	5-6	подготовка к научному докладу	6	научный доклад
4.	Тема 4. Технология принятия управленческих решений	8	7	подготовка к деловой игре	5	деловая игра
5.	Тема 5. Коммуникации в организации	8	8-9	подготовка к научному докладу	6	научный доклад
6.	Тема 6. Основы маркетинга	8	10-13	подготовка к творческому заданию	8	творческое задание
	Итого				33	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Используются такие интерактивные формы обучения как обсуждение теоретических вопросов, написание рефератов, их защита и презентация, устные опросы и тестирования с аргументацией выбранных вариантов ответов по тематике лекционных занятий, проведение ролевых игр в конкретных управленческих и производственных ситуациях (бизнес-кейсов).

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Понятие менеджмента: сущность и характерные черты

дискуссия , примерные вопросы:

1. Что включает в себя понятие менеджмент и почему необходимо управление? 2. В чем отличие управленческого труда от других его видов? 3. Почему менеджмент ? это наука и искусство одновременно? (ОК-5, ОК-14, ОК-8)

Тема 2. Организация и её среда

дискуссия , примерные вопросы:

1. Почему при управлении организацией необходимо учитывать взаимосвязь внутренних переменных? 2. Каково различие между средой прямого воздействия и средой косвенного воздействия? 3. Почему руководству необходимо учитывать влияние изменений общего состояния экономики на деятельность организации? (ОК-14, ОК-6, ОК-8)

Тема 3. Основные функции менеджмента и их реализация

научный доклад , примерные вопросы:

1. Российская модель менеджмента 2. Изменение содержания управления предприятием в условиях рыночной экономики (ОК-14, ОК-1, ОК-17)

Тема 4. Технология принятия управленческих решений

деловая игра , примерные вопросы:

Неформальные группы и проблемы управления ими в организации (ОК-5, ОК-6, ОК-8)

Тема 5. Коммуникации в организации

научный доклад , примерные вопросы:

Значение принципа команды в современном менеджменте Коммуникационные барьеры в организации Повышение эффективности коммуникаций в организации (ОК-1, ОК-8, ОК-17)

Тема 6. Основы маркетинга

творческое задание , примерные вопросы:

исследование факторов, определяющих конкурентоспособность конкретного товара (по выбору студента) (ОК-9, ОК-1, ОК-17)

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Примерная тематика вопросов для обсуждения и рефератов

- 1.Российская модель менеджмента
- 2.Изменение содержания управления предприятием в условиях рыночной экономики
- 3.Проблемы взаимодействия человека и организации
- 4.Система планирования и планов организации
- 5."Управление по целям" как метод повышения эффективности управления
- 6.Влияние внешнего окружения на динамику целей организации
- 7.Совершенствование структуры управления в организации
- 8.Совершенствование системы мотивации на примере конкретной организации
- 9.Управленческий контроль и анализ его эффективности
- 10.Проблемы процесса принятия решений
- 11.Методы принятия решений и анализ их использования на примере конкретной организации
- 12.Управление конфликтами в организации
- 13.Роль лидерства в менеджменте
- 14.Пути повышения эффективности власти менеджера
- 15.Неформальные группы и проблемы управления ими в организации
- 16.Значение принципа команды в современном менеджменте
- 17.Коммуникационные барьеры в организации
- 18.Повышение эффективности коммуникаций в организации
- 19.Женщина-руководитель: проблемы и перспективы
- 20.Использование математических методов в управлении

Примеры тестовых заданий для оценки уровня знаний

1. Основной характеристикой организации как открытой системы является:
 - А. Обмен ресурсами с внешней средой
 - Б. Сильное лидерство
 - В. Способность адаптировать методы ведения бизнеса к изменяющимся условиям внешнего окружения
 - Г. Правильный подбор персонала
 - Д. Готовность пересмотреть свою миссию.
2. Какие из перечисленных ниже организаций не принадлежат к микроокружению кондитерской фабрики "Красный Октябрь"?
 - А. Банк обслуживающий фабрику
 - Б. Поставщик упаковочных материалов
 - В. Институт питания РАМН
 - Г. Компания, закупающая продукцию фабрики
3. Преимуществами функциональной структуры управления являются (выберите несколько):
 - А. Возможность углубленной деловой и профессиональной специализации персонала
 - Б. Ясность в распределении полномочий и ответственности
 - В. Хорошие условия для внедрения внутриорганизационного хозрасчета
 - Г. Возможность адекватного учета региональных условий бизнеса
 - Д. Создание условий для децентрализации в структуре управления.
4. Суть делегирования состоит:
 - А. В установление приоритетов
 - Б. Передаче властных полномочий вниз и принятии их менеджером низшего звена
 - В. Передаче ответственности на более низкий уровень управления
 - Г. В доверии к своим подчиненным
 - Д. В поручении подчиненному принять какое-либо решение.
5. При формировании организационной структуры соблюдение принципа единоначалия является обязательным:
 - А. Да
 - Б. Нет
6. Функции стратегического управления президента фирмы не подлежат делегированию:
 - А. Да
 - Б. Нет
7. Процесс принятия решений начинается с:
 - А. Формулировки миссии предприятия
 - Б. Постановки управленческих целей
 - В. Выявления проблемы
 - Г. Определения лица, ответственного за принятие решений
 - Д. Идентификации функциональной сферы, где принимается решение.
8. Какой из перечисленных ниже инструментов стимулирования сбыта является наиболее подходящим для того, чтобы обеспечить повторные покупки потребительского товара, который приобретают регулярно?
 - А. Специальные купоны на упаковке
 - Б. Бесплатные образцы
 - В. Распространение бесплатных (подарочных) купонов в каждую дверь
 - Г. Демонстрация (образцов товаров)
9. Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?

- А. Поведение покупателей при покупке
 - Б. Поведение покупателей после покупки
 - В. Восприятие продуктов потребителями
 - Г. Намерение потребителей совершить покупку.
10. Выбор рыночного сегмента может базироваться на различных критериях. Какие из следующих утверждений являются неверными?
- А. Чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании
 - Б. Между сегментами должна быть существенная разница
 - В. Должна существовать возможность свободного доступа к сегментам
 - Г. Компания должна иметь возможность подсчитать потенциальный объём сбыта для сегмента
- Вопросы к экзамену

7.1. Основная литература:

- Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 152 с. - ISBN 978-5-394-01523-6. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415015>
- Кисляков Г. В. Менеджмент: основные термины и понятия: Словарь / Г.В. Кисляков, Н.А. Кислякова. - 2-е изд. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Библиотека малых словарей "ИНФРА-М"). (обложка) ISBN 978-5-16-005444-5, 300 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=339591>
- Королев В. И. Современные технологии менеджмента: Учебник / В.И.Королев, В.В.Уваров, А.Д.Заикин; Под ред. проф. В.И. Королева; Всероссийская академия внешней торговли. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 640 с.: 60x90 1/16. (п) ISBN 978-5-9776-0218-1, 1000 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=258352>
- Кнышова Е. Н. Менеджмент: Учебное пособие / Е.Н. Кнышова. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2010. - 304 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0106-9, 2500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=214787>
- Новаторов В. Е. Культура маркетинга: Учебное пособие / В.Е. Новаторов. - М.: Форум, 2012. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Бакалавриат/Магистратура). (обложка) ISBN 978-5-91134-589-1, 1000 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=256506>
- Переверзев М. П. Менеджмент.: Учебник / М.П. Переверзев, Н.А. Шайденко и др.; Под общ. ред. М.П. Переверзева. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 330 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (п) ISBN 978-5-16-003239-9, 500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=353149>

7.2. Дополнительная литература:

- Бороноева, Татьяна Анатольевна. Современный рекламный менеджмент : Учеб. пособие / Т.А.Бороноева .? М. : Аспект Пресс, 2002 .? 142с. ? Библиогр.: с.140-141 .? ISBN 5-7567-0256-3 : 50.00.
- Котлер, Филип. Основы маркетинга : краткий курс : [пер. с англ.] / Филип Котлер .? Москва [и др.] : Вильямс, 2007 .? 646 с. : ил. ; 21 .? Загл. и авт. ориг.: Marketing Essentials / Philip Kotler .? На пер.: Новое изд. ? Предм. указ.: с. 643-646.
- Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук .? 2-е изд. ? СПб. : Питер, 2005 .? 464 с. : ил. ? (Деловой бестселлер) .? ISBN 5-94723-952-3 : р.186.00.
- Одинцов, Андрей Алексеевич. Основы менеджмента : учеб. пособие для студ. вузов / А.А. Одинцов .? М. : КолосС, 2006 .? 208 с. : ил. ? (Учебники и учебные пособия высш.учеб.заведений) .? Библиогр.: с. 204-205 .? ISBN 5-9532-0395-0 : р.190.00.

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. В. А. Алексунина .? 5-е изд., перераб. и доп. ? М. : Дашков и К, 2007 .? 716 с. ? библиогр.с.:708-714 .? ISBN 5-91131-357-X : р.242.00.

7.3. Интернет-ресурсы:

Интегральный каталог ресурсов Федерального портала ?Российское образование? - <http://soip-catalog.informika.ru/>

Менеджмент - Новости, Лекции, Статьи, Литература - InfoManagement.ru

Менеджмент. Практические ситуации. Деловые игры. Упражнения. - <http://www.iworld.ru/attachment.php?barcode=978527200104&at=exc&n=0>

Федеральный портал ?Российское образование? - <http://www.edu.ru/>

Федеральный фонд учебных курсов - - <http://www.ido.edu.ru/ffec/econ-index.html>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Менеджмент и маркетинг" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань" , доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента" , доступ к которой предоставлен студентам. Электронная библиотечная система "Консультант студента" предоставляет полнотекстовый доступ к современной учебной литературе по основным дисциплинам, изучаемым в медицинских вузах (представлены издания как чисто медицинского профиля, так и по естественным, точным и общественным наукам). ЭБС предоставляет вузу наиболее полные комплекты необходимой литературы в соответствии с требованиями государственных образовательных стандартов с соблюдением авторских и смежных прав.

- студенты имеют возможность получать доступ к электронным ресурсам КГУ и сети Интернет через в аудитории для самостоятельной работы и с личных мобильных устройств через WiFi-станцию;

- для поддержки мультимедиа-презентаций во время лекционных занятий используются следующие программные продукты: Microsoft Power Point в составе Microsoft Office 2007 (2 академические лицензии), OpenOffice.org 3.0 Impress (открытая лицензия GPL), Adobe Reader 9 (предоставлено физическим факультетом для 20 рабочих мест на условиях академической лицензии Microsoft);

- стационарное и переносное демонстрационное оборудование (мультимедийные проекторы, ноутбуки)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 120100.62 "Геодезия и дистанционное зондирование" и профилю подготовки Космическая геодезия и навигация .

Автор(ы):

Мещерякова С.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Палей Т.Ф. _____

"__" _____ 201__ г.