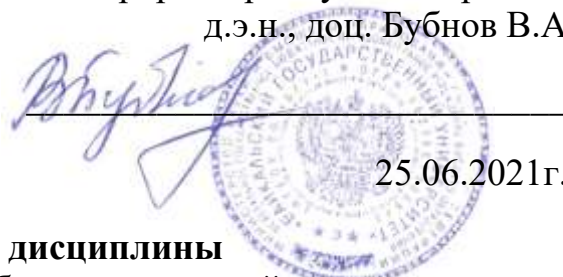


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



25.06.2021г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.У.6. Управление конкурентоспособностью торговой организации

Направление подготовки: 38.04.06 Торговое дело
Направленность (профиль): Логистика в цифровой экономике
Квалификация выпускника: магистр
Форма обучения: заочная

Курс	2
Семестр	21
Лекции (час)	22
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	122
Курсовая работа (час)	
Всего часов	144
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	21

Иркутск 2021

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.06
Торговое дело.

Автор Н.Г. Новикова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
менеджмента и сервиса

Заведующий кафедрой О.Н. Баева

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

1. Цели изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью коммерческой организации» является изучение теоретических основ и приобретение практических навыков в области управления конкурентоспособностью коммерческой организации в условиях ужесточения конкуренции.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-2	Способен обеспечивать деятельность организации в области логистики, разрабатывать стратегии развития

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-2 Способен обеспечивать деятельность организации в области логистики, разрабатывать стратегии развития	З. Знает методы обеспечения деятельности организации в области логистики и разработки стратегии развития организации У. Уметь обеспечивать логистическую деятельность организации и разрабатывать стратегии развития Н. Владеть навыками разработки и обоснования стратегии организации, обеспечения логистической деятельности

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Логистика в глобальных цепях поставок"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	22
Практические (сем, лаб.) занятия	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	122
Всего часов	144

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар-Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Сущность и основные понятия управления конкурентоспособностью организации	21	4	0	20		
2	Управление конкурентоспособностью на основе модели рыночно-ориентированного управления коммерческой организацией	21	6	0	22		Кейс-study «Netto»
3	Методы анализа конкурентоспособности коммерческих организаций	21	4	0	32		Творческое задание по теме 3: «Методы анализа конкурентоспособности коммерческих организаций»
4	Современные модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации	21	4	0	30		Кейс-study «Aldi»
5	Анализ модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации	21	4	0	18		Круглый стол по теме 5: «Анализ модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации»
	ИТОГО		22		122		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Сущность и основные понятия управления конкурентоспособностью организации	Методологические подходы к изучению конкуренции и проблема множественности основных понятий управления конкурентоспособностью коммерческих организаций. Маркетинговый подход к изучению конкуренции как один из аспектов деятельностного подхода к ее изучению. Функциональный и постфункциональный маркетинг и управление конкурентоспособностью коммерческой организации. Сущность основных понятий управления конкурентоспособностью и с позиции постфункционального маркетинга.
2	Управление конкурентоспособностью	Сущность и соотношение понятий «стратегия» и «тактика» применительно к модели рыночно-ориентированного

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	на основе модели рыночно-ориентированного управления коммерческой организацией	управления коммерческой организацией. Исследование итерационной модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации с позиции постфункционального маркетинг-менеджмента.
3	Методы анализа конкурентоспособности коммерческих организаций	Методические подходы к определению конкурентной среды. Методы определения уровня конкурентоспособности (анализ текущих стратегий конкурентов/ тактический анализ конкурентов). Методический подход к стратегическому анализу конкурентов.
4	Современные модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации	Модель М.Портера. Модель потребительской актуальности.
5	Анализ модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации	Значение анализа модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации. Матрица для идентификации и оценки качества модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	2. Управление конкурентоспособностью на основе модели рыночно-ориентированного управления коммерческой организацией	ПК-2	З.Знает методы обеспечения деятельности организации в области логистики и разработки стратегии развития организации У.Уметь обеспечивать логистическую деятельность организации и	Кейс-study «Netto»	Каждое правильно выполненное задание 5 баллов (4 задания) (20)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			разрабатывать стратегии развития Н. Владеть навыками разработки и обоснования стратегии организации, обеспечения логистической деятельности		
2	3. Методы анализа конкурентоспособности коммерческих организаций	ПК-2	З. Знать методы обеспечения деятельности организации в области логистики и разработки стратегии развития организации У. Уметь обеспечивать логистическую деятельность организации и разрабатывать стратегии развития Н. Владеть навыками разработки и обоснования стратегии организации, обеспечения логистической деятельности	Творческое задание по теме 3: «Методы анализа конкурентоспособности и коммерческих организаций»	За каждое правильно выполненное задание 10 баллов (3 задания) (30)
3	4. Современные модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации	ПК-2	З. Знать методы обеспечения деятельности организации в области логистики и разработки стратегии развития организации У. Уметь обеспечивать логистическую деятельность организации и разрабатывать стратегии развития Н. Владеть навыками разработки и обоснования стратегии организации, обеспечения логистической деятельности	Кейс-study «Aldi»	15 баллов за каждое правильно выполненное задание (2 задания) (30)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
4	5. Анализ модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации	ПК-2	З.Знает методы обеспечения деятельности организации в области логистики и разработки стратегии развития организации	Круглый стол по теме 5: «Анализ модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации»	5 баллов за активное обсуждение одного вопроса (4 вопроса) (20)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 21.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: 2 балла за каждый правильный ответ (20 вопросов).

Компетенция: ПК-2 Способен обеспечивать деятельность организации в области логистики, разрабатывать стратегии развития

Знание: Знает методы обеспечения деятельности организации в области логистики и разработки стратегии развития организации

1. В каких случаях новая конкурентная стратегия коммерческой организации определяет изменение оргструктуры?
2. В чем заключается суть анализа рыночных возможностей?
3. В чем заключаются особенности анализа рыночных возможностей в розничной торговле?
4. В чем отличие воспринимаемых ценностей, искомых целевыми потребителями от объективных свойств товаров и услуг их создающих, приведите примеры.
5. В чем суть концепции формирования системы анализа рыночных возможностей в коммерческой организации?
6. В чем суть маркетингового подхода к изучению конкуренции?
7. В чем суть стратегии позиционирования?
8. В чем суть управления конкурентоспособностью коммерческой организации?
9. Влияет ли конкурентная стратегия на оргструктуру и бизнес-процессы торговой организации?
10. Дайте определение конкурентной стратегии как системе решений в отношении видов деятельности.
11. Дайте оценку подходу к конкурентной стратегии, известному как «Лидерство по издержкам, лидерство в уникальности, лидерство в фокусировании на сегменте»
12. Дайте оценку подходу к конкурентной стратегии, известному как «Лидеры, претенденты на лидерство, последователи, и обитатели рыночных ниш».
13. Для решения каких задач применяются генерические стратегии М.Портера?
14. Для чего нужен анализ модели управления конкурентоспособностью?

15. Как определяется доля рынка коммерческой организации?
16. Как определяется емкость товарного рынка?
17. Как определяются стратегические группы конкурентов?
18. Как трактуется конкуренция с позиции постфункционального маркетинга?
19. Какая информация необходима для разработки «карты поля боя»?
20. Какая информация нужна для проведения тактического анализа конкурентов.
21. Какие вопросы изучаются в рамках стратегического анализа конкурентов по М.Портеру?
22. Какие основные стратегические вопросы, решаются в рамках блока долгосрочных стратегий в модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации?
23. Какие оценки направлений рыночной политики (категорий сделки) предполагает требуемый уровень конкурентоспособности с позиции концепции потребительской актуальности
24. Какие рыночные силы включает расширенная концепция соперничества М.Портера?
25. Каким образом производится тактический анализ конкурентов?
26. Какова структура модели управления конкурентоспособностью?
27. Какова структура рыночной среды?
28. Каково соотношение стратегии позиционирования и конкурентной стратегии?
29. Каковы особенности сегментации в розничной торговле?
30. Могут ли быть изменены характеристики конкретного формата розничной торговли, например супермаркета, дискаунтера, менеджерами торговой сети?
31. На достижение какого типа конкурентного преимущества нацелена стратегическая модель развития торговой сети с низкой наценкой, высокой скоростью оборота и ограниченным перечнем услуг?
32. На достижение какого типа конкурентного преимущества, нацелена стратегия позиционирования коммерческой организации?
33. Назовите критерии выбора целевых сегментов (сегмента).
34. Назовите основные категории сделки в терминах концепции потребительской актуальности.
35. Назовите условия успешности формата торговой сети.
36. Обоснование каких целей включает в себя раздел «целеопределение» в формуле «СЦП» в модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации?
37. Перечислите направления/элементы рыночной политики, в наибольшей степени отражающие особенности розничной торговли.
38. Перечислите факторы, которые учитываются при разработке стратегии позиционирования торговой сети?
39. По каким направлениям производится тактический анализ конкурентов?
40. Посредством чего претворяется в жизнь стратегия позиционирования?
41. Почему анализ рыночных возможностей в модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации является стержневым элементом?
42. Раскройте влияние категории «доступность» на достижение внешних и внутренних конкурентных преимуществ.
43. Раскройте содержание «Биологического подхода» Х. Фризевинкеля-Юданова к конкурентной стратегии
44. Раскройте суть понятия «Целевой рынок (целевая аудитория) розничной торговой организации».
45. Рассмотрите каждый элемент в формуле СЦП.
46. Сформулируйте определение понятия «торговый ассортимент».
47. Чем определяется значение управления ценами как направления рыночной политики в коммерческой организации?
48. Чему равна сумма коэффициентов значимости в расчетной таблице тактического анализа конкурентов?

49. Что такое PEST – факторы?
50. Что такое внешнее конкурентное преимущество?
51. Что такое внутреннее конкурентное преимущество?
52. Что такое воспринимаемые ценности искомые целевыми потребителями при выборе товаров /услуг коммерческой организации в контексте теории управления конкурентоспособностью?
53. Что такое идеальные точки на карте позиционирования?
54. Что такое конкурентное преимущество?
55. Что такое конкурентоспособность коммерческой организации?
56. Что такое конъюнктура рынка?
57. Что такое конъюнктура торговли?
58. Что такое маркетинг-микс? Приведите примеры концепций маркетинга-микс.
59. Что такое мэринг?
60. Что такое релевантная информация?
61. Что такое рыночная политика?
62. Что такое сегментирование рынка?
63. Что такое спрос с позиции интересов розничного торгового предприятия?
64. Что такое стратегическая группа конкурентов?
65. Что является объектом управления конкурентоспособности организации?
66. Является ли выбор концепции рыночной политики торговой организации стратегическим вопросом управления конкурентоспособностью?

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: 15 баллов за одно правильное задание (2 задания).

Компетенция: ПК-2 Способен обеспечивать деятельность организации в области логистики, разрабатывать стратегии развития

Умение: Уметь обеспечивать логистическую деятельность организации и разрабатывать стратегии развития

Задача № 1. Задание. Определите правильный вариант расчета интегральных коэффициентов конкурентоспособности (Кк).

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: 15 баллов за одно правильное задание (2 задания).

Компетенция: ПК-2 Способен обеспечивать деятельность организации в области логистики, разрабатывать стратегии развития

Навык: Владеть навыками разработки и обоснования стратегии организации, обеспечения логистической деятельности

Задание № 1. Рассмотрите конкурентную стратегию сети супермаркетов через призму модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации и опишите структуру конкурентной стратегии, используя концепцию рыночной политики 7P.

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования

Направление - 38.04.06 Торговое дело
Профиль - Логистика в цифровой
экономике

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Задание. Определите правильный вариант расчета интегральных коэффициентов конкурентоспособности (Кк). (30 баллов).
3. Рассмотрите конкурентную стратегию сети супермаркетов через призму модели управления конкурентоспособностью коммерческой организации и опишите структуру конкурентной стратегии, используя концепцию рыночной политики 7Р. (30 баллов).

Составитель _____ Н.Г. Новикова

Заведующий кафедрой _____ О.Н. Баева

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

а) основная литература:

1. Новикова Н. Г. Управление конкурентоспособностью коммерческой организации: маркетинговый подход. учеб. пособие/ Н. Г. Новикова.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2012.- 176 с.
2. Фатхутдинов Р. А. Раис Ахметович Управление конкурентоспособностью организации. практикум/ Р. А. Фатхутдинов.- М.: Маркет ДС, 2008.-204 с.
3. Лыхина И. В., Мима М. Ю. Эффективное управление конкурентоспособностью компании розничной торговли "Перспектива плюс" на основе стратегии диверсификации. Электронный ресурс. бакалаврская работа. направление Экономика. 38.03.01.1/ И. В. Лыхина.- Иркутск, 2018.-101 с.
4. [Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью : учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 397 с. — ISBN 978-5-4486-0458-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79818.html>](#)
5. [Майкл, Портер Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Портер Майкл ; перевод И. Минервин ; под редакцией О. Нижельской. — 6-е изд. — Москва : Альпина Паблицер, 2020. — 456 с. — ISBN 978-5-9614-5752-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93025.html>](#)
6. [Новикова Н.Г. Управление конкурентоспособностью коммерческой организации: маркетинговый подход: учебное пособие /Н.Г. Новикова. — Иркутск. — Изд-во Байкальский государственный университет экономики и права, 2012. — 177 с. - ISBN: 978-5-7253-2497-6. - \[Электронный ресурс\]. - <http://elibrary.ru/item.asp?id=21198612> \(06.07.2016\)](#)

б) дополнительная литература:

1. [Кент Т. Розничная торговля : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция» \(«Торговое дело»\) / Кент Т., Омар О.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 719 с. — ISBN 978-5-238-01000-7. —](#)

Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81845.html>

2. Майкл, Портер Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / Портер Майкл. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 948 с. — ISBN 978-5-9614-4835-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93028.html>

3. Титова Н.А. Формирование и оценка конкурентоспособности предприятий розничной торговли [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Титова, В.В. Колочева. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2013. — 100 с. — 978-5-7782-2217-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/45060.html>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет

– Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационно-справочная система, адрес доступа: <http://www.garant.ru/>. доступ неограниченный

– Журнал "Новый маркетинг", адрес доступа: <http://marketing.web-standart.net>. доступ неограниченный

– КиберЛенинка, адрес доступа: <http://cyberleninka.ru>. доступ круглосуточный, неограниченный для всех пользователей, бесплатное чтение и скачивание всех научных публикаций, в том числе пакет «Юридические науки», коллекция из 7 журналов по правоведению

– Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, адрес доступа: <http://elibrary.ru/>. доступ к российским журналам, находящимся полностью или частично в открытом доступе при условии регистрации

– Новости, аналитические статьи из различных источников. Объявления. Дискуссии., адрес доступа: <http://www.retailer.ru>. доступ неограниченный

– Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: <http://www.grebennikov.ru/>. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)

– Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <http://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области маркетинга, менеджмента, менеджмента в розничной торговле, информационных технологий, статистики, микро и макро экономики.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в

качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий);
- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- MS Office,
- Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационная справочная система,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения