

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

/Шубаева В.Г./

«28» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПРОДВИЖЕНИЕ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) программы	Конгрессно-выставочная деятельность
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:

_____ / д.э.н., профессор Никитина О.А.

Санкт-Петербург
2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
 - 7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины
 - 7.2. Организация самостоятельной работы
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
 - 9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: сформировать у студентов в процессе изучения дисциплины целостное представление о системе продвижения конгрессно-выставочных продуктов и услуг.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.13 «Продвижение конгрессно-выставочных продуктов и услуг», относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-1. Способен к предоставлению услуг в условиях взаимодействия с потребителями, организациями в сфере конгрессно-выставочных услуг, их объединениями и органами власти	ПК-1.3. Осуществляет привлечение участников мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг	<i>Знать: современные методы и технологии продвижения конгрессно-выставочных продуктов в соответствии с запросами различных типов потребителей и заинтересованных сторон.</i> <i>Уметь: применять современные методы и технологии продвижения конгрессно-выставочных продуктов в соответствии с запросами различных типов потребителей и заинтересованных сторон.</i>

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-8. Способен проводить прикладные исследования, направленные на выявление возможностей эффективного развития конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг	ПК-8.1. Планирует прикладные исследования, направленные на выявление возможностей эффективного развития проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг	Знать: подходы и методы планирования перспективных научно-практических исследований с целью актуализации концепций продвижения и эффективного развития конгрессно-выставочных проектов Уметь: планировать проведение перспективных научно-практических исследований с целью актуализации концепций продвижения и эффективного развития конгрессно-выставочных проектов
	ПК-8.3. Организует проведение прикладных исследований в сфере конгрессно-выставочных услуг в соответствии с концепцией мероприятия	Знать: подходы, методы и технологии проведения перспективных научно-практических исследований с целью выявления новых концепций продвижения и развития конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг Уметь: применять подходы, методы и технологии проведения перспективных научно-практических исследований с целью выявления новых концепций продвижения и развития конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг
ПК-9. Способен представлять результаты исследований и разрабатывать обоснованные предложения по направлениям развития конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг	ПК-9.1. Формирует отчеты о результатах исследований в сфере конгрессно-выставочных услуг	Знать: методы, инструменты и формы подготовки и представления отчетов по внедрению обоснованных предложений, направленных на развитие конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг, сформированных по результатам проведенных научных и прикладных исследований. Уметь: систематизировать, анализировать и интерпретировать полученную информацию о результатах исследования с целью представления отчетов по внедрению обоснованных предложений, направленных на развитие конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг, сформированных по результатам проведенных научных и прикладных исследований.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося согласно РУП отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 7 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем <i>и/или разделов/тем</i>	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Тема 1. Конгрессно-выставочная индустрия: тенденции и тренды в условиях цифровизации сферы конгрессно-выставочных продуктов и услуг	4	10		18
Тема 2. Методы и технологии проведения перспективных научно-практических исследований с целью выявления новых концепций продвижения конгрессных и выставочных проектов, продуктов и услуг в соответствии с планируемым мероприятием	6	12		18
Тема 3. Методы и технологии продвижения конгрессно-выставочных продуктов в соответствии с запросами различных типов потребителей и заинтересованных сторон	6	12		20
Тема 4. Анализ функционирования и роль DMC, PCO-компаний, PR- Event-агентств в продвижении конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг	6	12		20
Подготовка к экзамену				36
Всего по дисциплине:	22	46		112

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Конгрессно-выставочная индустрия: тенденции и тренды в условиях цифровизации сферы конгрессно-выставочных продуктов и услуг

Содержание темы

Обзор ключевых технологий, тенденций, трендов, которые влияют на продвижение продуктов и услуг в конгрессно-выставочной индустрии в условиях цифровизации сферы услуг: Блокчейн, Виртуальная реальность, Трехмерная печать, Искусственный интеллект, Роботы, Дополненная реальность, Беспилотные устройства (дроны), Интернет вещей и другие. Примеры.

Эффекты продвижения: эффект Трампа, Эффект Опри и др.

Конгрессно-выставочная площадка: Индивидуализация стендов, локаций, мероприятий экспонентов, персонификация продвижения в соответствии с запросами различных типов потребителей и заинтересованных сторон. Сотрудничество в целях продвижения с 3-D

дизайнерами или 3D-моделлерами для формирования будущего выставочного креативного пространства *с учетом запросов различных типов потребителей и заинтересованных сторон.*

Тема 2. Методы и технологии проведения перспективных научно-практических исследований с целью выявления новых концепций продвижения конгрессных и выставочных проектов, продуктов и услуг в соответствии с планируемым мероприятием

Содержание темы

Подходы, методы и технологии проведения перспективных научно-практических исследований с целью выявления новых концепций продвижения и развития конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг. Маркетинговые посредникам в конгрессно-выставочной индустрии. Интернет-посредники: Тематические Интернет-Агрегаторы; Нишевые или специализированные Интернет-Агрегаторы; Хостинг-провайдеры; Реселлеры; Интернет-каталоги поисковых систем; Интернет-справочники; Интернет-Карты поисковых систем с геолокационными сервисами для B2B и B2C пользователей; Блокчейн-Платформы (универсальные или нишевые); SM; Мессенджеры. Маркетплейсы конгрессно-выставочных продуктов. Инфлюенсеры и личные бренды в продвижении событий. Профильные и отраслевые организации, ассоциации. Специализированные организации (DMC - и PCO- компании и др.). Выбор методов научно-практических исследований и маркетинговых посредников в продвижении конгрессных и выставочных проектов, продуктов и услуг *в соответствии с запросами различных типов потребителей и заинтересованных сторон.*

Тема 3. Методы и технологии продвижения конгрессно-выставочных продуктов в соответствии с запросами различных типов потребителей и заинтересованных сторон

Содержание темы

Портрет потребителя конгрессно-выставочных услуг и продуктов в зависимости от сегмента рынка: B2B и B2C.

Типы потребителей. Основные черты. Составление портрета потребителя **на основе анализа профиля партнера (потребителя) в социальной сети перед прямой продажей.**

Особенности работы с экспонентами, участниками, посетителями и их запросами по системе прямой и обратной связи. Разработка условий участия в конгрессно-выставочном мероприятии по всем группам стейкхолдеров. Разработка «профиля клиента» и создание эффективной программы коммуникаций по целевым группам стейкхолдеров КВМ. Промо-акции для экспонентов, участников, спонсоров. Формы работы с представителями СМИ. Составление базы данных участников и посетителей мероприятия. Программы «Учет экспонентов, участников, посетителей», «Учет посещений мероприятий», «Учет договоров, заключенных с клиентами» и др. Тиражирование и масштабирование в КВД.

Оmnиканальность. Digital-стратегия продвижения конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг. Разработка оmnиканальной стратегии продвижения в соответствии с планируемым мероприятием с учетом целевых групп потребителей. WEB-аналитика о посетителях событий, таггетинг ЦА.

Технологии проведения перспективных научно-практических исследований по видам Интернет-продвижения и рекламы: Контекстная реклама (поисковая, тематическая); Поведенческий таргетинг, показ рекламных объявлений с учетом интересов пользователей, с учетом социально-психологических особенностей потребителей; Баннерная реклама; Тизерная реклама; Таргетированная реклама в социальных сетях (Вконтакте, Одноклассники, Instagram, Facebook и др.): создание групп, сообществ, таргетированные объявления, продвижением постов (записей), рекламные сообщения в группах, «вербовка» новых клиентов с помощью конкурсов, поощрительных акций, «сторителлинг» и др.; Создание локальных сетей (ближний круг: Business-to-friends (B2F), friends-to-friends (F2F)); Мессенджеры (Viber Messenger, WhatsApp мессенджер, Telegram Messenger и др.); Push-уведомления; Реклама в мобильных приложениях (на базе Android и iPhone); Реклама в видеороликах на YouTube; Всплывающие «Pop up» окна (агрессивная реклама); Реклама в E-mail рассылках; Реклама на тематических сайтах (доски объявлений, группы в соц. сетях, форумы и блоги, городские порталы, порталы органов власти); Кликандер-реклама (clickunder) – реализуется через партнерские программы (парнерки): Оплата за действие CPA, Оплата за продажу PPS, CPS, Оплата за клики CPC, Оплата за показы CPM, CPV. Преимущества и недостатки разных видов интернет-рекламы в соответствии с запросами различных типов потребителей и заинтересованных сторон.

Тема 4. Анализ функционирования и роль DMC, PCO-компаний, PR-Event-агентств в продвижении конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг

Содержание темы

Анализ функционирования и роль PCO-, DMC-компаний, PR- и Event-агентств в продвижении конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг на региональном, национальном и международном рынках. Методы, инструменты и формы подготовки и представления отчетов по внедрению обоснованных предложений, направленных на развитие конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг, сформированных по результатам проведенных научных и прикладных исследований.

Биддинг. Роль global PCO и международных стратегических альянсов в индустрии встреч в продвижении конгрессно-выставочных продуктов и услуг на мировом рынке: INCON group, World PCO Alliance, World's Leading Conference Organizers.

Систематизация и анализ научно-исследовательской информации о результатах исследования с целью представления отчетов по внедрению

обоснованных предложений, направленных на развитие конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг с целью обеспечения государственной, отраслевой и международной поддержки КВ-продуктам и услугам. Членство в международных ассоциациях по конгрессной деятельности и их роль в продвижении конгрессно-выставочных мероприятий: ICCA (International Congress and Convention Association); MPI (Meeting Professionals International); IAPCO (International Association of Professional Congress Organisers).

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1.	Ключевые технологии, тенденции, тренды, влияющие на продвижение продуктов и услуг в конгрессно-выставочной индустрии в условиях цифровизации сферы услуг	СЗ: Деловая игра
	Индивидуализация стендов, локаций, мероприятий экспонентов, персонификация продвижения в соответствии с запросами различных типов потребителей и заинтересованных сторон.	СЗ: Круглый стол
2	Маркетинговые интернет-посредники в конгрессно-выставочной индустрии.	СЗ: Круглый стол / Доклады-презентации.
3	Технологии проведения перспективных научно-практических исследований по видам Интернет-продвижения и рекламы:	ПЗ: Аналитический отчет / Доклады-презентации.
	Концепция рекламной кампании события в социальной сети	ПЗ: Практическая работа/ Доклад-Презентация
4	Анализ функционирования и роль PCO-, DMC-компаний, PR- и Event-агентств в продвижении конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг на региональном, национальном и международном рынках.	СЗ: Круглый стол / Доклады-презентации.
	Концепция продвижения он-лайн мероприятия	ПЗ: Практическая работа/ Аналитический отчет/Доклад-Презентация

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса, обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся;

- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
1	Изучение рекомендованной литературы, лекционного материала. Подготовка докладов
2	Изучение рекомендованной литературы, лекционного материала. Изучение работы рекомендованных он-лайн-сервисов Подготовка докладов
3	Изучение рекомендованной литературы, лекционного материала. Изучение работы рекомендованных он-лайн-сервисов Подготовка докладов

№ темы	Вид самостоятельной работы
4	Изучение рекомендованной литературы, лекционного материала. Изучение работы рекомендованных он-лайн-сервисов Подготовка докладов
1-4	Подготовка к сдаче экзамена

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках реализации дисциплины «наименование дисциплины» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- лекция-дискуссия (тема №1);
- проблемная лекция (тема №1, 2);
- гостевая лекция (тема №4);

Краткое описание перечисленных методов обучения, используемых в учебном процессе.

Проблемная лекция. Суть проблемной лекции заключается в том, что преподаватель в начале и по ходу изложения учебного материала формулирует проблемные ситуации в форме кратких кейсов, задает вопросы и вовлекает студентов в их анализ. Разрешая противоречия, заложенные в проблемных ситуациях, обучаемые самостоятельно могут прийти к тем выводам, которые преподаватель должен сообщить в качестве новых знаний. При этом преподаватель, используя определенные методические приемы включения слушателей в диалог, как бы вынуждает, “подталкивает” их к поиску правильного решения проблемы. На проблемной лекции студент находится в социально активной позиции, особенно когда она идет в форме живого диалога. Он высказывает свою позицию, задает вопросы, находит ответы и представляет их на суд всей аудитории.

Средством управления мышлением обучаемых на учебно-проблемной лекции является система заранее подготовленных преподавателем проблемных и информационных вопросов.

Лекция-дискуссия – это целенаправленный и упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями в студенческой группе, при этом ставится задача формирования мнения каждым участником группы или поиска группового решения (возможна работа в малых группах). Во время дискуссионной лекции происходит усвоение полученного ранее информационного материала через общение и диалог. Диалог рассматривается как особая дидактико-коммуникативная среда, позволяющая усвоить новый материал. Дискуссионная лекция позволяет обеспечить более

высокий уровень мышления студентов, т.к. их мнения формируются не только в диалоге с преподавателем, но и со студентами всей группы.

Дискуссия – это метод обсуждения и разрешения спорных вопросов. В настоящее время она является одной из важнейших форм образовательной деятельности, стимулирующей инициативность обучающихся, развитие рефлексивного мышления. Ошибочно считать, что дискуссия - это целеустремленное, эмоциональное, заведомо пристрастное отстаивание уже имеющейся, сформированной и неизменной позиции. Дискуссия - равноправное обсуждение учителем и учениками планируемых дел и проблем различного характера. Она возникает, когда перед людьми стоит вопрос, на который нет единого ответа. В ходе ее люди формулируют новый, более удовлетворяющий все стороны ответ на стоящий вопрос. Результатом ее может быть общее соглашение, лучшее понимание, новый взгляд на проблему, совместное решение.

Участники дискуссии взаимодействуют друг с другом (например, высказывают свои мнения, выслушивают мнение других, задают вопросы, уточняют, резюмируют и т.п.). Если дискуссионная лекция предполагает совместную работу на занятии в малых группах, то при совместном генерировании и обсуждении идей студенты самостоятельно выходят на уровень мышления, значительно превосходящий возможности отдельных индивидуумов. Они оценивают тему и идеи под различным углом зрения, соглашаются или спорят, отслеживают разногласия, разрешают их и взвешивают альтернативы, а затем выступают перед группой и такой процесс дискуссии может запускаться несколько раз, пока не будет достигнута «истина», или большинство участников не придут к решению, которое устраивает большинство участников.

Общение в ходе дискуссии побуждает студентов искать различные способы для выражения своей мысли, повышает восприимчивость к новым сведениям, новой точке зрения; эти личностно развивающие результаты дискуссии напрямую реализуются на обсуждаемом в группах учебном материале. Сущностной чертой учебной дискуссии является диалогическая позиция педагога, которая реализуется в предпринимаемых им специальных организационных усилиях, задает тон обсуждению, соблюдению его правил всеми участниками.

Гостевая лекция – это лекция, направленная на расширение теоретических знаний и закрепление практических навыков у обучающихся на примере конкретных предприятий и профессиональной практики гостевого лектора. В качестве гостевых лекторов как правило привлекаются руководители высшего и среднего управленческого звена компаний, а также эксперты и аналитики в определенной области знаний.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
Казаков, С. П. Инновационная маркетинговая деятельность в сфере услуг: Учебное пособие / Казаков С.П. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 398 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM.
Архипова, О. В. Организация конгрессно-выставочной деятельности: учебное пособие / О.В.Архипова; М-во образования и науки Рос. Федерации, С - Пб. гос. экон. ун-т, Каф. гостин. бизнеса — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014 — 158 с.: ил., табл. – Сведения доступны также по Интернету: opac.unecp.ru	основная	109	ЭБ ОПАС.UNEC ON.RU.
Казаков, С. П. Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме : монография / С.П. Казаков. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 98 с. — (Научная мысль).	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM.
Поведение потребителей: Учебник /Под общ.ред. О.Н.Романенкова - Москва : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM.

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com

7	Электронная библиотека СПбГЭУ – opac.unicon.ru
---	--

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

Таблица 9.2.2 – Перечень учебных аудиторий для проведения учебных занятий, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения

Наименование учебных аудиторий, перечень оборудования и технических средств обучения	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
<p>Ауд. 310 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1 шт., тумба - 1 шт., трибуна - 1 шт., 2 судейских кресла. Компьютер Intel Core i3- 2100 3.1Gh/2Gb/500Gb/ Acer V193 - 1 шт., Проектор цифровой Acer X1240 - 1 шт., Экран с электроприводом Draper Baronet 138x180 см - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p> <p>Ауд. 301 Учебная аудитория (для проведения занятий</p>	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А

<p>лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт., Компьютер i3 2100 3.1/2Gb/500Gb/Samsung E1920 NR - 1 шт., Проектор NEC M350 X - 1 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 - 1 шт., Экран с электроприводом Draper Baronet 138x180 см - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 1 шт., Проектор NEC M350 X - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p> <p>Ауд. 312 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт., Компьютер Intel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME401X - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p> <p>Ауд. 510 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации). Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 40 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая -1 шт., стол - 1шт., трибуна - 1шт. Переносной мультимедийный комплект: Ноутбук HP 250 G6 1WY58EA, Мультимедийный проектор LG PF1500G. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	
---	--

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей

программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).