

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**  
**МАРКЕТИНГ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

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

Составитель:

\_\_\_\_\_/ к.э.н., доцент Рымарева А.С.

Санкт-Петербург  
2020

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА.....	7
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	7
7.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
7.2. Организация самостоятельной работы	
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	9
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	11
9.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	11
9.2 Материально-техническое обеспечение учебного процесса	
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....	13
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	14

## 1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины:** формирование у студентов теоретических знаний и приобретение ими практических навыков и умений в области маркетинга, необходимых для эффективной деятельности и развития профессионального взгляда на выбор методов, необходимых для успешного ориентирования деятельности предприятия сервиса в условиях рынка

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.О.17 «Маркетинг в сервисной деятельности» относится к обязательной части 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
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов	<b>Знать:</b> отличительные черты рынков товаров и услуг, особенности B2B и B2C рынков; критерии сегментирования рынка услуг и качественные характеристики целевой аудитории в сферах B2B и B2C. <b>Уметь:</b> определять мотивацию аудитории в сферах B2B и B2C. <b>Владеть:</b> технологией сегментирования рынка и выбора стратегически привлекательного сегмента для услуги в сферах B2B и B2C.

	ОПК-4.2. Организует продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий	<p><b>Знать:</b> ограничения и преимущества в продвижении сервисного продукта, отличие естественного торгового предложения от искусственного торгового предложения, цели материализации услуги, онлайн и интернет-технологии в продвижении услуги.</p> <p><b>Уметь:</b> определить позиционирование сервисного продукта в соответствии с уникальным торговым предложением и ожиданиями целевой аудитории; реализовать маркетинговые функции сайта.</p> <p><b>Владеть:</b> методикой формирования искусственного уникального торгового предложения; навыками наполнения сайта в соответствии с маркетинговыми функциями и онлайн продажи сервисного продукта, методикой создания on-line образовательной программы для продвижения и постпродажного сопровождения сервисного продукта.</p>
	ОПК-4.3. Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг	<p><b>Знать:</b> современные технологии микс-маркетинга, влияние индекса материализации сервисного продукта на сбыт и распределение индекса по этажам матрицы, специализированные каналы сбыта услуги.</p> <p><b>Уметь:</b> применить матрицу 4Р маркетинга (Product-price-place-protion) для позиционирования услуги на каждом этаже матрицы, определить каналы сбыта с максимальным индексом материализации.</p> <p><b>Владеть:</b> маркетинговыми коммуникациями на каждом этаже матрицы, методикой примерки маркетинговых каналов на целевую аудиторию, и методикой разработки эффективного рекламного носителя сервисного продукта.</p>

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

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

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 3 семестр; курсовая работа 3 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование разделов	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
<i>I</i>	2	3	4	5
Тема 1. Отличие продвижения услуги от продвижения товара	1	4		4
Тема 2. Классификация услуг	1	4		4
Тема 3. Поиск уникального торгового предложения при	3	5		8

продвижении услуг				
Тема 4. Современные технологии микс-маркетинга	3	5		8
Тема 5. Материализация услуг посредством маркетинговых коммуникаций	3	5		8
Тема 6. Сервисная программа в маркетинговых коммуникациях	3	5		8
Тема 7. Онлайн и интернет технологии в продвижении услуг	1	4		7
Тема 8. Онлайн образовательная программа	1	4		7
Тема 9. Выбор специализированных маркетинговых каналов продвижения	3	5		10
Тема 10. Моделирование эффективного рекламоносителя с высокой степенью материализации	3	5		12
Экзамен				<b>36</b>
<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>22</b>	<b>46</b>		<b>112</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Отличие продвижения услуги от продвижения товара

Услуга как объект продаж. Отличие продажи услуги от продажи товара. Процесс – существенное качество услуги. Характеристики услуги. Нематериальность услуги. Неотделимость от источника. Непостоянство качества. Несохраняемость услуг. Издержки и преимущества продажи и продвижения процесса. Материализация услуги как доказательство ее качества до момента продажи.

### Тема 2. Классификация услуг

Физические действия в отношении клиента. Физические действия в отношении предметов собственности клиента. Нефизические действия в отношении сознания клиента. Нефизические действия в отношении данных или нематериальных активов. Степень свободы/зависимости услуги от материального ресурса. Свободные от материального ресурса услуги. Зависимые от материального ресурса услуги. Материализованные в носителе услуги. Услуги, связанные с арендой товаров, территории / места, труда и опыта. Услуги, связанные с предоставлением доступа к физическим объектам и сетям.

### Тема 3. Поиск уникального торгового предложения при продвижении услуг

Суть и смысл креативного процесса в современной системе маркетинга. Издержки продажи и продвижения услуг как резервы креативного процесса. Уникальное торговое предложение. Естественное и искусственное торговое предложение. Искусственное УТП в условиях

повышенной конкуренции. Психологические основы и механизм создания искусственного УТП услуги. Методология маркетинговых исследований. Рабочая маркетинговая концепция. Качественные характеристики и мотивация потребителей услуг B2B и B2C.

#### **Тема 4. Современные технологии микс-маркетинга**

Технология создания позиционирования. Практика и эффективные технологии маркетинга на современном рынке услуг. Микс-маркетинг и технология создания уникального торгового предложения на этажах модели 4P. Поиски уникального торгового предложения на этажах модели «Product», «Price», «Place», «Promotion».

#### **Тема 5. Материализация услуг посредством маркетинговых коммуникаций**

Индекс материализации при оценке и выборе маркетинговой коммуникации. Коммуникация слова, образа и действия. Портрет маркетинговых коммуникаций: индекс материализации, инструменты и возможные приемы материализации. Приемы материализации в маркетинговых коммуникациях.

#### **Тема 6. Сервисная программа в маркетинговых коммуникациях**

Сервис и обслуживание в сервисных услугах. Внимательный к клиенту сервис. Выявление и проработка проблем клиента в допродажном и постпродажном обслуживании. B2C часть каталога сервисной программы. B2B часть каталога сервисной программы. Сервисные приемы.

#### **Тема 7. Онлайн и интернет технологии в продвижении услуг**

Маркетинговые функции сайта. Рекламно-имиджевая функция. Продажная функция. Обзорно-информационная функция. Интерактивная функция. Развлекательная и игровая функции. Тестовая функция. Сервисная функция. Удерживающая клиента. Каталогная функция. Партнерская и арендаторная функции. Архивная функция. Материализующая услуги функция. Социально ориентированная функция.

#### **Тема 8. Онлайн образовательная программа**

Обучение как часть маркетинговой коммуникации. Обучение личное и неличное. Обучающая функция сайта. Онлайн образовательная программа. Тематическое содержание и интерактивная продукция. Увязка сервисной и образовательной программ. Обратная связь. Повторное использование контента. Выведение образовательной программы в социальные сети.

#### **Тема 9. Выбор специализированных маркетинговых каналов продвижения**

Классификация и портрет специализированных каналов продвижения. Массовые каналы. Личные каналы. Локальные каналы. Локальные

физические постоянные каналы. Локальные физические организованные каналы. Локальные информационные постоянные каналы. Локальные информационные организованные каналы. Индивидуальные каналы. Портрет маркетинговых каналов: индекс материализации и приемы.

### **Тема 10. Моделирование эффективного рекламоносителя с высокой степенью материализации**

Продвижение услуг через рекламоносителя. Информативность рекламоносителя. Полифункциональность рекламоносителя. Оригинальность формы и содержания. Наличие второй аудитории. Интерактивное начало. Возможность материализации. Возможность перемещения по маркетинговым каналам. Расчет эффективности рекламоносителя. Поиск и эксплуатация интерактивного ресурса.

## **6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА**

Таблица 6.1 – Практические занятия

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1	Определение ключевой выгоды услуги и сегментов рынка	ПЗ: Разноуровневые задачи и индивидуальные задания
2	Выбор стратегически привлекательного сегмента	ПЗ: Разноуровневые задачи и индивидуальные задания
3	Качественные характеристики и мотивация целевой аудитории в сфере B2C и B2B	ПЗ: Разноуровневые задачи и индивидуальные задания
4	Позиционирование услуги. Разработка площадки	ПЗ: Деловая игра
5	Материализация услуги через околонуличные мероприятия	ПЗ: Разноуровневые задачи и индивидуальные задания
6	Разработка системы сервиса	ПЗ: Кейс-задача
7	Маркетинговые функции сайта	ПЗ: Творческое задание
8	Разработка образовательной программы	ПЗ: Творческое задание
9	Примерка на аудиторию маркетинговых каналов	ПЗ: Кейс-задача
10	Разработка эффективного рекламоносителя	ПЗ: Творческое задание

## **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	Выполнение заданий для усвоения темы дисциплины: выполнение расчетных, аналитических заданий. Выполнение курсовой работы.
2	Выполнение заданий для усвоения темы дисциплины: выполнение расчетных, аналитических заданий. Выполнение курсовой работы.
3	Выполнение заданий для усвоения темы дисциплины: выполнение расчетных, аналитических заданий. Выполнение курсовой работы.
4	Выполнение заданий для усвоения темы дисциплины: выполнение расчетных, аналитических заданий. Выполнение курсовой работы.
5	Выполнение заданий для усвоения темы дисциплины: выполнение расчетных, аналитических заданий. Выполнение курсовой работы.
6	Выполнение заданий для усвоения темы дисциплины: выполнение расчетных, аналитических заданий. Выполнение курсовой работы.
7	Выполнение заданий для усвоения темы дисциплины: выполнение расчетных, аналитических и графических заданий. Выполнение курсовой работы. Подготовка к экзамену.
8	Выполнение заданий для усвоения темы дисциплины: выполнение расчетных, аналитических и графических заданий. Подготовка презентации. Выполнение курсовой работы.
9	Выполнение заданий для усвоения темы дисциплины: выполнение расчетных, аналитических заданий. Выполнение курсовой работы. Подготовка к экзамену.
10	Выполнение заданий для усвоения темы дисциплины: выполнение расчетных, аналитических и графических заданий. Подготовка презентации. Выполнение курсовой работы. Подготовка к экзамену.

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, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10);
- гостевая лекция (тема № 7);
- разноуровневые задачи и индивидуальные задания (тема №1,2,3,5)
- кейс-задача (тема № 6, 9)
- деловая игра (тема № 4);
- творческая задача (тема № 7, 8, 10)

**Лекция-дискуссия** – это изложение материала, предполагающее постановку дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, авторские комментарии, связанные с различными моделями интерпретации изучаемого материала.

Каждая лекция-дискуссия обычно проходит три стадии развития: ориентация, оценка, консолидация. На первой стадии происходит процесс «ориентации» и адаптации участников дискуссии к самой проблеме, друг к другу, общей атмосфере. Именно таким образом начинает вырабатываться некая установка на решение представленной проблемы.

Стадия «оценки» напоминает ситуацию сопоставления информации, различных позиций, генерирования идей. На последней стадии консолидации предполагается выработка единых или компромиссных решений, мнений и позиций. Используется для оценки знаний студентов.

**Гостевая лекция** предполагает в качестве лектора приглашенного эксперта - специалиста или работодателя – в изучаемой предметной области. Каждая гостевая лекция проходит четыре стадии развития: знакомство, презентация, оценка, консолидация.

На стадии знакомства устанавливается контакт приглашенного эксперта с аудиторией. На стадии презентации эксперт доносит до аудитории свою позицию и опыт работы в предметной области. На стадии оценки лекция перерастает в лекцию-дискуссию. В завершение подводится итог, аудитория дает обратную связь и рефлексит место полученных знаний в системе курса. Используется для оценки знаний и умений студентов.

**Разноуровневые задачи и индивидуальные задания** в рабочей программе используются на следующих уровнях:

а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;

б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;

в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Используется для оценки знаний, умений и владений студентов.

**Кейс-задача** - проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Используется для оценки знаний, умений и владений студентов.

**Деловая игра** применяется для моделирования профессиональной деятельности и ролевого взаимодействия по игровым правилам участвующих в ней обучающихся, в определенном условном времени, в атмосфере неопределенности, при столкновении позиций, с разыгрыванием ролей и оцениванием.

Этапы проведения деловой игры

1. Ориентация. Преподаватель представляет изучаемую тему, знакомит с основными понятиями, которые в ней используются. Далее дает характеристику игровых правил, обзор общего хода игры.

2. Подготовка к проведению. Преподаватель излагает сценарий, останавливаясь на игровых задачах, правилах, ролях, игровых процедурах, правилах подсчета очков, примерном типе решений в ходе игры.

3. Проведение игры как таковой. Преподаватель организует проведение самой игры, по ходу дела фиксируя следствия игровых действий (следит за подсчетом очков, характером принимаемых решений), разъясняет неясности и т. д.

4. Обсуждение игры. Преподаватель проводит обсуждение, в ходе которого дается описательный обзор - характеристика «событий» игры и их восприятия участниками. Одним из результатов обсуждения может быть и пересмотр игры, сбор предложений по внесению в нее поправок, изменений. Используется для оценки умений и владений студентов.

**Творческое задание** - частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Используется для оценки умений и владений студентов.

## 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
Наумов, В.Н. Маркетинг: учебник / В.Н. Наумов. - Москва: ИНФРА-М, 2016. - 319 с. : ил., табл. — (Высшее образование. Бакалавриат). - Сведения доступны также по Интернету	Осн.	8	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
Соловьева, Ю.Н. Маркетинг услуг : учебное пособие / Ю.Н.Соловьева, А.Ю.Курочкина ; М-во образования и науки Рос. Федерации,	Осн.	45	<a href="#">ЭБ OPAC.UNECON. RU</a>

Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра маркетинга .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2015 .— 126 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: <a href="http://orac.unecon.ru">orac.unecon.ru</a>			
Курочкина, А.Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 172 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль)	дополнительная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : Учебник и практикум / под общ. ред. Карповой С.В., Мхитаряна С.В. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2019 .— 404 с. — (Бакалавр. Академический курс)	дополнительная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

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

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
7	Электронная библиотека СПбГЭУ – <a href="http://orac.unecon.ru">orac.unecon.ru</a>

## 9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, 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
Ауд. 114 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации). Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 26 посадочных мест, рабочее место преподавателя, витрина нависная - 1 шт., Компьютер Core 2 Duo 7400 2.8 Gh/2gb/160 Gb/Samsung SM 943N 19" - 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.	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А

## **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).