

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
УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЯ

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: овладение теоретическими знаниями и практическими навыками по управлению поведением потребителей на B2B и B2C рынках конгрессно-выставочных продуктов и услуг.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Управление поведением потребителя», относится к дисциплинам по выбору 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	Знать: особенности поведения различных групп потенциальных потребителей и методы привлечения потребителей в качестве участников конгрессно-выставочных мероприятий в соответствии с их интересами и запросами Уметь: выявлять особенности поведения различных групп потенциальных потребителей и применять методы привлечения потребителей в качестве участников конгрессно-выставочных мероприятий в соответствии с их интересами и запросами

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-8.2. Осуществляет анализ российских и международных тенденций, лучших практик в сфере конгрессно-выставочных услуг	Знать: методы поиска перспективных научных и прикладных направлений с учетом тенденций изменяющихся моделей потребительского поведения с целью своевременного включения результатов исследования в маркетинговые планы развития конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг Уметь: применять методы и технологии научно-прикладных исследований, направленных на выявление тенденций изменяющихся моделей потребительского поведения с целью своевременного включения результатов исследования в маркетинговые планы развития конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 5 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 и/или разделов/тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
Тема 1. Вызовы и факторы, влияющие на поведение потребителей конгрессно-выставочных услуг	4	2		12
Тема 2. Методы исследования клиентского опыта: проекционный мэппинг	4	6		16
Тема 3. Управление поведением потребителей на рынках B2B и B2C конгрессно-выставочных услуг	2	2		10
Тема 4. Стратегии управления организационным и потребительским поведением на рынке конгрессно-выставочных услуг	2	2		12
Тема 5. Формирование и управление лояльностью потребителя с учетом основных психологических особенностей потребителя в процессе сервисной деятельности	2	2		12
Тема 6. Удовлетворенность потребителей: мониторинг и методы оценки в процессе сервисной деятельности	4	2		12
Всего по дисциплине:	18	16		74

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Вызовы и факторы, влияющие на поведение потребителей конгрессно-выставочных услуг

Содержание темы

Современное состояние и тенденции в развитии конгрессно-выставочной индустрии. *Факторы внешнего влияния на поведение различных групп потенциальных потребителей* (культура, социальные классы, референтные группы, домашние хозяйства, ситуация, мода и др.). Факторы внутреннего влияния (обучение потребителей, мотивация, личность, личные ценности и стиль жизни, знание и отношение потребителей и др.). *Особенности поведения различных групп потенциальных потребителей конгрессно-выставочных услуг* в зависимости от внешних и внутренних факторов. Роль внешних и внутренних факторов на управление поведением потребителя при формировании рекламы, разработке торговых марок, при личных продажах, при разработке паблисити и PR. Влияние референтных групп и групповых коммуникаций на поведение потребителя. Моделирование поведения потребителя на основе *социально-психологических особенностей потребителей*, учитывая *национально-региональные и демографические факторы*.

Новые направления в конгрессно-выставочной индустрии для создания клиентоориентированных стратегий. Современные потребительские тренды на рынке конгрессно-выставочных услуг.

Тема 2. Методы исследования клиентского опыта: проекционный мэппинг

Содержание темы

Методы поиска перспективных научных и прикладных направлений с учетом тенденций изменяющихся моделей потребительского поведения с целью своевременного включения результатов исследования в маркетинговые планы развития конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг. Методы исследования поведения потребителей (позитивизм и постмодернизм). Методы построения клиентоцентричной модели управления поведением потребителя на основе *социально-психологических особенностей потребителей*. Метод построения модели управления потребителем на основе Бизнес-модели Run – Change – Disrupt. Метод построения клиентоцентричной бизнес-модели на основе ценности. Метод построения модели управления потребителем на основе динамической мультиатрибутивной модели продукта. Проекционный мэппинг в управлении поведением потребителя: Карта эмпатии потребителя, Карта путешествия потребителя, Карта жизненного цикла клиента компании. Организация процесса проектирования карты жизненного цикла клиента компании.

Тема 3. Управление организационным поведением на рынках B2B и B2C конгрессно-выставочных услуг

Содержание темы

Поведение организаций-потребителей на рынке конгрессно-выставочных услуг. Основные типы рынков организаций. Типы организаций – покупателей на рынке конгрессно-выставочных услуг. Особенности организационного поведения потребителей на рынках B2B, B2I, B2G. Сравнительная характеристика основных отличий организационного и потребительского поведения при организации конгрессно-выставочных мероприятий. Особые типы потребителей на рынке конгрессно-выставочных услуг. Типы потребителей с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций. Управление потребителем на выставке. Портрет организаций-экспонентов и участников как потребителей конгрессно-выставочных услуг. *Методы привлечения потребителей в качестве участников конгрессно-выставочных мероприятий в соответствии с их интересами и запросами.* Международный «портрет» организаций-экспонентов и участников как потребителей конгрессно-выставочных услуг.

Тема 4. Стратегии управления организационным и потребительским поведением на рынке конгрессно-выставочных услуг

Содержание темы

Стратегия управления ресурсами потребителей (экономические ресурсы, ресурсы времени, когнитивные ресурсы). Стратегия управления знаниями потребителей (формирование, организация, обеспечение знания, формирование положительного отношения к знанию (к продукту/услуге)). Стратегия управления обучением потребителя. Стратегия управления SMM (социальные сети, специальные приложения, группы спутники и др.). Стратегии управления клиентским опытом – CX-стратегии. *Методы поиска перспективных научных и прикладных направлений с учетом тенденций изменяющихся моделей потребительского поведения с целью своевременного включения результатов исследования в маркетинговые планы развития конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг*

Тема 5. Формирование и управление лояльностью потребителя с учетом основных психологических особенностей потребителя в процессе сервисной деятельности

Содержание темы

Классификация лояльности потребителей (абсолютная, ложная, скрытая, отсутствие лояльности). Факторы, определяющие тип лояльности потребителей. Структура и формы лояльности потребителей (по поведению и по отношению). Методы формирования лояльности потребителей: дифференцированное предложение, предложение уникальной ценности для потребителя, сегментация потребителей по уровню внутренней лояльности, удержание наиболее лояльных и прибыльных клиентов, создание барьеров переключения для потребителей, клиентоориентированная мотивация сотрудников, и др. Принципы разработки «Программ лояльности

потребителей» с учетом основных психологических особенностей потребителя в процессе сервисной деятельности (принцип «копилки», принцип «ступеней», принцип «клуба», принцип «мультибренд» и др.). Мониторинг лояльности потребителя. Методы привлечения потребителей в качестве участников конгрессно-выставочных мероприятий в соответствии с их интересами и запросами с учетом социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.

Тема 6. Удовлетворенность потребителей: мониторинг и методы оценки в процессе сервисной и конгрессно-выставочной деятельности

Содержание темы

Удовлетворенность потребителя. Методы оценки удовлетворенности потребителя. Удовлетворенность потребителя, критерии, шкалирование оценок потребителей. Методы оценки удовлетворенности потребителя: опросы потребителей по различному набору критериев; анализ несоответствий по модели «значимость-удовлетворенность»; метод взвешенных оценок. Взаимосвязь между лояльностью и уровнем удовлетворенности потребителя. Методы и технологии научно-прикладных исследований, направленных на выявление удовлетворенности потребителей, с целью выявления тенденций изменяющихся моделей потребительского поведения для своевременного включения результатов исследования в маркетинговые планы развития конгрессно-выставочных продуктов и (или) услуг. Метрики клиентского опыта в конгрессно-выставочной индустрии: Индекс потребительской лояльности (NPS), Показатель удовлетворенности клиентов, Оценка потребительских усилий (CES), Показатель оттока клиентов, Индекс вовлеченности клиентов (CEI).

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1.	Тенденции и факторы, влияющие на развитие конгрессно-выставочной индустрии на современном этапе	СЗ: круглый стол
2.	Проекционный мэппинг в управлении поведением потребителя: карта эмпатии потребителя	ПЗ круглый стол
	Проекционный мэппинг в управлении поведением потребителя: карта путешествия потребителя	ПЗ: круглый стол
	Проекционный мэппинг в управлении поведением потребителя: Карта жизненного цикла клиента компании	ПЗ: круглый стол
3	«Портрет потребителя» конгрессно-выставочных услуг в сегменте B2B	СЗ: тематическая дискуссия/Доклады-презентации
4	Стратегии управления организационным и потребительским	СЗ: тематическая

	поведением на рынке конгрессно-выставочных услуг	дискуссия/Доклады-презентации
5	Формирование и управление лояльностью потребителя с учетом основных психологических особенностей потребителя в процессе сервисной деятельности	СЗ: круглый стол
6	Удовлетворенность потребителей: мониторинг и методы оценки в процессе сервисной деятельности	СЗ: круглый стол

* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

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	Изучение рекомендованной литературы, лекционного материала, подготовка к круглому столу
2	Изучение рекомендованной литературы, лекционного материала, к круглому столу
3	Изучение рекомендованной литературы, лекционного материала, подготовка докладов и презентаций к тематической дискуссии.
4	Изучение рекомендованной литературы, лекционного материала, подготовка докладов и презентаций к тематической дискуссии.
5	Изучение рекомендованной литературы, лекционного материала, подготовка докладов и презентаций к тематической дискуссии.
6	Изучение рекомендованной литературы, лекционного материала, подготовка докладов и презентаций к тематической дискуссии, подготовка аналитического материала к решению практических задач/кейсов и др.

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 №2);
- гостевая лекция (тема №6);

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	Электронны е ресурсы
Наумов, В. Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 248 с. - (Высшее образование: Бакалавриат)	основная	-	ЭБС ZNANIUM.
Поведение потребителей: Учебник /Под общ.ред. О.Н.Романенкова - Москва : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM.
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
Титова, В. А. Управление поведением потребителей: Учебник / Титова В.А., Глебова Д.Л., Титова Т.В. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 387 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
Ауд. 208 Учебная аудитория (для проведения занятий)	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я

<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 40 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 ME402X - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p> <p>Ауд. 114 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 26 посадочных мест, рабочее место преподавателя, витрина нависная - 1 шт., Компьютер Core 2 Duo 7400 2.8 Gh/2gb/160 Gb/Sumsung 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.</p>	<p>Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А</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).