

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

/Шубаева В.Г./

«27» 06 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«ПРОДВИЖЕНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА»

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) программы	Организация и управление в индустрии туризма
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составители:

к.э.н., доцент Воловдова А.В.

Санкт-Петербург
2019

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	5
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	6
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	8
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	9
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины ...	9
7.2. Организация самостоятельной работы	9
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	10
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса.....	13
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	15
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Продвижение и реализация туристского продукта
Цель дисциплины	Цель дисциплины: ознакомить студентов с основными категориями, понятиями и принципами организации продвижения и реализации туристского продукта, с принципами государственного регулирования рекламной деятельности в туризме, с основными маркетинговыми принципами и инструментарием, применяемым в рекламировании туристских услуг, методическими основами создания рекламной продукции для предприятий туристской индустрии, особенностями оценки эффективности мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта.
Планируемые результаты обучения	<p>УК-2.4. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач</p> <p>Знать: теоретические и практические аспекты разработки стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий.</p> <p>Уметь: разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта, обосновывать управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта; применять методы расчета затрат на продвижение и реализацию туристского продукта.</p> <p>ПК-10.1. Осуществляет проведение мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта.</p> <p>Знать: теоретические и практические аспекты разработки стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий.</p> <p>Уметь: разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта, обосновывать управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта; применять методы расчета затрат на продвижение и реализацию туристского продукта.</p> <p>ПК-10.2. Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения и реализации туристского продукта.</p> <p>Знать: теоретические и практические аспекты разработки стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий.</p> <p>Уметь: разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта, обосновывать управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта; применять методы расчета затрат на продвижение и реализацию туристского</p>

	<p>продукта.</p> <p>ПК -10.3. Определяет эффективные каналы продвижения и реализации туристского продукта.</p> <p>Знать: теоретические и практические аспекты разработки стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий.</p> <p>Уметь: разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта, обосновывать управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта; применять методы расчета затрат на продвижение и реализацию туристского продукта.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Тема 1.1 Реклама в системе продвижения и реализации туристского продукта</p> <p>Тема 1.2 Разработка стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий. Тема</p> <p>1.3 Технологии разработки рекламного продукта турфирмы</p> <p>Тема 2.1 Выбор оптимальных средств распространения рекламы в туризме.</p> <p>Тема 2.2 Особенности оценки эффективности деятельности по продвижению и реализации туристского продукта.</p>
Кафедра	Экономики и управления в сфере услуг

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: ознакомить студентов с основными категориями, понятиями и принципами организации продвижения туристского продукта на рынок, с принципами государственного регулирования рекламной деятельности в туризме, с основными маркетинговыми принципами и инструментарием, применяемым в рекламировании услуг, методическими основами создания рекламной продукции для предприятий туристской индустрии, особенностями оценки эффективности мероприятий по продвижению туристского продукта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Продвижение и реализация туристского продукта, 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
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.4. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач	Знать: теоретические и практические аспекты разработки стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий. Уметь: разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта, обосновывать управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта; применять методы расчета затрат на продвижение и реализацию туристского продукта.

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-10. Способен к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий	ПК-10.1. Осуществляет проведение мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта.	Знать: теоретические и практические аспекты разработки стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий. Уметь: разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта, обосновывать управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта; применять методы расчета затрат на продвижение и реализацию туристского продукта.
	ПК-10.2. Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения и реализации туристского продукта.	Знать: теоретические и практические аспекты разработки стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий. Уметь: разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта, обосновывать управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта; применять методы расчета затрат на продвижение и реализацию туристского продукта.
	ПК -10.3. Определяет эффективные каналы продвижения и реализации туристского продукта.	Знать: теоретические и практические аспекты разработки стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий. Уметь: разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта, обосновывать управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта; применять методы расчета затрат на продвижение и реализацию туристского продукта.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося согласно РУП отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации *экзамен – 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 <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>
<i>РАЗДЕЛ 1. Особенности продвижения и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.</i> Тема 1.1 Реклама в системе продвижения и реализации туристского продукта	8	6	-	14
Тема 1.2. Разработка стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий.	8	6	-	16
Тема 1.3. Технологии разработки рекламного продукта турфирмы	8	6	-	16
<i>РАЗДЕЛ 2. Выбор каналов и методов продвижения и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.</i> Тема 2.1. Выбор оптимальных средств распространения рекламы в туризме.	8	6	-	16
Тема 2.2. Особенности оценки эффективности деятельности по продвижению и реализации туристского продукта.	6	6	-	14
<i>Всего за семестр:</i>	38	30	-	76
Всего по дисциплине:	38	30	-	76

*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

РАЗДЕЛ 1. . Особенности продвижения и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.

Тема 1.1 Реклама в системе продвижения и реализации туристского продукта

Место рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций в туризме. Реклама в системе маркетинг-микс. **Продвижение и реализация туристского продукта с использованием информационных и коммуникационных технологий.**

Тема 1.2 Разработка стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий. Особенности функционирования рекламного бизнеса в сфере туризма. Особенности **разработки стратегии продвижения и реализации туристских услуг.** Взаимодействие рекламы, «паблик рилейшнз», стимулирования сбыта при проведении комплексной рекламной кампании.

Тема 1.3 Технологии разработки рекламного продукта турфирмы

Общие методические положения создания рекламы в туризме. Функции, принципы, цели, классификация видов рекламы в туризме. Основные медианосители в туризме. **Использование новых информационных технологий** при разработке рекламного продукта турфирмы.

РАЗДЕЛ 2. Выбор каналов и методов продвижения и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.

Тема 2.1 Выбор оптимальных средств распространения рекламы в туризме.

Основные средства распространения рекламы, их положительные и отрицательные стороны. **Выбор оптимальных средств распространения рекламы адекватных продуктовому предложению.** Медиаканалы в туризме. Медиапланирование в туризме. **Управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта. Расчет затрат на продвижение и реализацию туристского продукта.**

Тема 2.2 Особенности оценки эффективности деятельности по продвижению и реализации туристского продукта.

Разработка статей рекламного бюджета. **Анализ затрат** деятельности предприятия туристской индустрии, связанные с **продвижением туристского продукта.**

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия/ Оценочное средство
1.1	Продвижение и реализация туристских услуг. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций в туризме	СЗ: доклад, дискуссия
1.2	Нормативно-правовая база функционирования рекламного бизнеса.	СЗ: доклад, дискуссия
1.3	Разработка рекламного продукта фирмы с использованием информационных и коммуникативных технологий.	ПЗ: индивидуальное задание (информационно-аналитическая работа)
1.3	Разработка товарного знака и лозунга фирмы.	ПЗ: индивидуальное задание (информационно-аналитическая работа)
1.3	Создание уникального торгового предложения.	ПЗ: индивидуальное задание (информационно-аналитическая работа)
1.3	Использование новых информационных технологий при разработке туристского рекламного продукта.	СЗ: доклад, дискуссия
2.1	Выбор средства распространения рекламы.	СЗ: доклад, дискуссия
2.1	Планирование рекламной кампании. . Расчет затрат на продвижение и реализацию туристского продукта.	ПЗ: индивидуальное задание (информационно-

		аналитическая работа)
2.2	Оценка эффективности рекламы в различных средствах массовой информации	ПЗ: индивидуальное задание (информационно-аналитическая работа)

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.	чтение и составление конспектов текстов источников; подготовка к коллоквиуму сбор, анализ и обработка информации для решения индивидуального задания по выбранному туристскому проекту, подготовка отчетной презентации
2	чтение и составление конспектов текстов источников; подготовка к докладу, сбор, анализ и обработка информации для решения индивидуального задания по выбранному туристскому проекту, подготовка отчетной презентации
3	чтение и составление конспектов текстов источников; подготовка к докладу, сбор, анализ и обработка информации для решения индивидуального задания по выбранному туристскому проекту, подготовка отчетной презентации
4	чтение и составление конспектов текстов источников; подготовка к докладу, сбор, анализ и обработка информации для решения индивидуального задания по выбранному туристскому проекту, подготовка отчетной презентации
5	сбор, анализ и обработка информации для решения индивидуального задания по выбранному туристскому проекту, подготовка отчетной презентации

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

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

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

Активные и интерактивные методы обучения:

- лекция-дискуссия (тема №1.1, 1.2, 1.3);
- доклад (тема № 1.1, 1.2, 1.3, 2.1);
- индивидуальное задание на основе метода проектов (тема №.1.3, 2.1 ,2.2).

Дискуссия – это взаимодействие преподавателя и студентов, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу.

- Это оживляет учебный процесс, активизирует познавательную деятельность аудитории и, что очень важно, позволяет преподавателю

управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых студентов. Эффект достигается только при правильном подборе вопросов для дискуссии и умелом, целенаправленном управлении ею.

- Так же можно предложить студентам проанализировать и обсудить конкретные ситуации, материал. По ходу лекции-дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает студентам коротко обсудить, затем краткий анализ, выводы и лекция продолжается.

- Выбор вопросов для активизации слушателей и темы для обсуждения, составляется самим преподавателем в зависимости от конкретных дидактических задач, которые преподаватель ставит перед собой для данной аудитории.

В процессе лекции-дискуссии приводятся отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагается студентам коротко обсудить и проанализировать ситуацию, сформулировать выводы.

Дискуссия будет использована в следующих темах:

Тема 1.1. Реклама в системе продвижения и реализации туристского продукта

Тема 1.2 Разработка стратегии продвижения и реализации туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий.

Тема 1.3. Технологии разработки рекламного продукта турфирмы

Доклад — в науке, расширенное письменное или устное сообщение, на основе совокупности ранее опубликованных исследовательских, научных и опытно-конструкторских работ или разработок по соответствующей отрасли научных знаний, имеющих большое значение для теории науки и практического применения, представляет собой обобщённое изложение результатов проведённых исследований, экспериментов и разработок, известных широкому кругу специалистов в отрасли научных знаний.

Доклад будет использован в следующих темах:

1.1 Продвижение и реализация туристских услуг. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций в туризме

1.2 Нормативно-правовая база функционирования рекламного бизнеса.

1.3 Использование новых информационных технологий при разработке туристского рекламного продукта.

2.1 Выбор средства распространения рекламы.

Индивидуальное задание на основе метода проектов. Метод проектов - способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы, которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом. В основу метода проектов положена идея, составляющая суть понятия "проект", его прагматическая направленность на результат, который можно получить при решении той или иной практически или теоретически значимой

проблемы. Этот результат можно увидеть, осмыслить, применить в реальной практической деятельности. Чтобы добиться такого результата, необходимо научить детей или взрослых студентов самостоятельно мыслить, находить и решать проблемы, привлекая для этой цели знания из разных областей, умения прогнозировать результаты и возможные последствия разных вариантов решения, умения устанавливать причинно-следственные связи.

Индивидуальное задание на основе метода проектов будут использованы в следующих темах курса:

1.3 Разработка рекламного продукта фирмы с использованием информационных и коммуникативных технологий.

1.3 Разработка товарного знака и лозунга фирмы.

1.3 Создание уникального торгового предложения.

2.1 Планирование рекламной кампании. . Расчет затрат на продвижение и реализацию туристского продукта.

2.2 Оценка эффективности рекламы в различных средствах массовой информации

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/ дополнительна я литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
1. Дурович А.П. Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович .— 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2014 .— 158 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А.П.Дурович .— Москва : Инфра-М, 2015 .— 316 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
3.Аббасов Ю.Н. Маркетинг в туризме : Учебник .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015 .— 214 с.	дополнительна я	-	ЭБС ZNANIUM
4.Тультаев Т.А. Маркетинг услуг: учебник .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2012 .— 208 с.	дополнительна я	-	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 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 - 1 шт., тумба - 1 шт., трибуна - 1	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А

шт., Компьютер в cIntel 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.	
Ауд. 412 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 места; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1 шт., тумба - 1 шт., трибуна - 1 шт., Компьютер Intel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Проектор Acer X1240 в комплекте с экраном Draper Lumia - 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
Ауд. 207 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 54 посадочных места; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1 шт., шкаф - 1 шт., тумба - 1 шт., трибуна - 1 шт., Компьютер в cIntel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Проектор цифровой Acer X1240 - 1 шт., Микшер-усилитель ТА-1120 - 1 шт., Акустическая система JBL CONTROL 25 WH - 2 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
Ауд. 409 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 100 посадочных мест; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1 шт., тумба - 1 шт., трибуна - 1 шт., Компьютер Intel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME401X - 1 шт., Громкоговоритель Electrolvoice EVID 3.2 - 2 шт., Экран с электропривод. 183x240 см д120 - 1 шт., Микшер-усилитель ТА-1120 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А

пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	
Ауд. 511 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 56 посадочных мест; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1 шт., тумба - 1 шт., трибуна - 1 шт., Компьютер Intel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME402X - 1 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 в комплекте - 1 шт., Экран с электроприводом Draper Baronet NTSC (3:4) 213/84 - 1 шт., Колонки Hi-Fi PRO MASK6T-W (2 шт.) - 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.

10. 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.