

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.О.30  
(индекс дисциплины)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Основы менеджмента и маркетинга в рекреации и туризме

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки (специальности)

49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

направленность (профиль)/специализация

Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

Форма обучения: заочная

Год набора: 2023

Общая трудоемкость: 4 ЗЕ

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	4	Итого
Форма контроля	зачёт	
Вид занятий		
Лекции	4	4
Лабораторные		
Практические	4	4
Руководство: курсовые работы (проекты) / ККР	1	1
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Контактная работа	9,25	9,25
Самостоятельная работа	131	131
Контроль	3,75	3,75
<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>144</b>

Рабочую программу составил(и):

Доцент, к.п.н, доцент Лазунина И.В.

*(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)*

---

*(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)*

---

Рецензирование рабочей программы дисциплины:

☐

Отсутствует

☐

Рецензент

*(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)*

---

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, направленность (профиль) Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

**Срок действия рабочей программы дисциплины до «31» декабря 2028\_ г.**

УТВЕРЖДЕНО

На заседании кафедры «Адаптивная физическая культура, спорт и туризме»

---

(протокол заседания №2 от «23» сентября 2022 г.).

## 1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – овладение студентами научными основами теоретических знаний маркетинга и менеджмента в физической культуре и спорте.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: «Правовая культура», «Предпринимательская деятельность. Рынок и маркетинг инноваций», «Предпринимательская деятельность. Планирование предпринимательской деятельности»

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Управление методической деятельностью спортивной школы»

## 3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
ОПК-10. Способен организовывать совместную деятельность и взаимодействие участников туристских и рекреационных мероприятий, в том числе с учётом различной возрастно-половой группы	ОПК-10.1. Учитывает социально-психологические условия повышения эффективности учебно-воспитательного, учебно-тренировочного и соревновательного процесса, а также занятий двигательной рекреацией	Знать: принципы, условия и задачи психологического сопровождения занимающихся физической культурой и спортом, включая психодиагностику, психопрофилактику, психокоррекцию, элементы консультирования;
		Уметь: учитывать принципы и условия их психологического сопровождения при построении учебно-воспитательного, учебно-тренировочного процесса и занятий по двигательной рекреации;
		Владеть: определять цели и задачи программы мероприятий активного отдыха обучающихся в режиме учебного и вне учебного времени образовательной организации
	ОПК-10.2. Устанавливает и поддерживает деловые контакты, связи, отношения, коммуникации с работниками организации и заинтересованными сторонами, предупреждает типичные психологические при взаимодействии	Знать: основы эффективных коммуникаций;
		Уметь: устанавливать и поддерживать деловые контакты, связи, отношения, коммуникации с работниками организации и заинтересованными сторонами;
		Владеть: анализом эффективности общения и взаимодействия с занимающимися и коллегами при решении профессиональных задач

<b>Формируемые и контролируемые компетенции</b> (код и наименование)	<b>Индикаторы достижения компетенций</b> (код и наименование)	<b>Планируемые результаты обучения</b>
	ОПК-10.3. Организовывает совместную деятельность и взаимодействие участников туристских и рекреационных мероприятий, в том числе с учетом различной возрастно-половой группы.	Знать: основы взаимодействия участников туристских и рекреационных мероприятий, в том числе с учетом различной возрастно-половой группы
		Уметь: организовывать совместную деятельность и взаимодействие участников туристских и рекреационных мероприятий, в том числе с учетом различной возрастно-половой группы
		Владеть: опытом организации совместной деятельности и взаимодействия участников туристских и рекреационных мероприятий, в том числе с учетом различной возрастно-половой группы

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Курс	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Менеджмент ФКиС	Лек 1	Основы менеджмента в рекреации и туризме	4	2	—	—	
	Пр1	Основы менеджмента в рекреации и туризме	4	2	—	—	Промежуточный тест
Маркетинг ФКиС	Лек 2	Основы маркетинга в рекреации и туризме	4	2	—	—	
	Пр2	Основы маркетинга в рекреации и туризме	4	2	—	—	Промежуточный тест
	Сам раб	Изучение литературных источников по темам самостоятельной работы	4	131	-	-	Итоговый тест
	ККР	Выполнение ИДЗ	4	1	-	-	-
	ПА		4	0,25	—	—	—
	Контроль		4	3,75			
<b>Итого:</b>				<b>144</b>			

## 5. Образовательные технологии

При обучении используются следующие образовательные технологии, направленные на формирование компетенций выпускника:

- **технология дистанционного обучения** (лекции, самостоятельная работа)

Формы обучения:

- **технология развития критического мышления** - организация учебного процесса, при котором студенты проверяют; анализируют, развивают, применяют получаемую информацию с целью развития когнитивных умений и навыков.

## 6. Методические указания по освоению дисциплины

### Работа над конспектом лекции

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные). Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Работу над конспектом следует начинать с его доработки, желательно в тот же день, пока материал еще легко воспроизводим в памяти (через 10 часов после лекции в памяти остается не более 30-40 % материала). С целью доработки необходимо прочитать записи, восстановить текст в памяти, а также исправить опiski, расшифровать не принятые ранее сокращения, заполнить пропущенные места, понять текст, вникнуть в его смысл. Далее прочитать материал по рекомендуемой литературе, разрешая в ходе чтения возникшие ранее затруднения, вопросы, а также дополняя и исправляя свои записи. Записи должны быть наглядными, для чего следует применять различные способы выделений. В ходе доработки конспекта углубляются, расширяются и закрепляются знания, а также дополняется, исправляется и совершенствуется конспект. Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к семинарским и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений и формул, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля. Непременным условием глубокого усвоения учебного материала является знание основ, на которых строится изложение материала. Обычно преподаватель напоминает, какой ранее изученный материал и в какой степени требуется подготовить к очередному занятию. Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний.

### **Работа с рекомендованной литературой**

При работе с основной и дополнительной литературой целесообразно придерживаться такой последовательности. Сначала прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом материале, понять общий смысл прочитанного. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом. Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

План – это схема прочитанного материала, перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника.

Различаются четыре типа конспектов:

- план-конспект – это развернутый детализированный план, в котором по наиболее сложным вопросам даются подробные пояснения,
- текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника,
- свободный конспект – это четко и кратко изложенные основные положения в результате глубокого изучения материала, могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом,
- тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает ответ по изучаемому вопросу.

В процессе изучения материала источника и составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым и удобным для работы.

## 7. Оценочные средства

### 7.1. Паспорт оценочных средств

Курс	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
4	ОПК-10 Способен организовывать совместную деятельность и взаимодействие участников туристских и рекреационных мероприятий, в том числе с учетом различной возрастно-половой группы	<i>Промежуточный тест</i> <i>Вопросы к зачёту № 1-35</i> <i>Итоговый тест</i>

### 7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

#### 1 Тестовые задания

**Задание:** решение тестовых заданий по теме: «Основы менеджмента в рекреации и туризме»

1. Современный рынок туруслуг устанавливает взаимоотношения со своими клиентами, о каком уровне взаимоотношений идёт речь: менеджер турфирмы продает тур потребителю и далее не предпринимает никаких действий.

\*основной уровень  
реагирующий уровень  
ответственный уровень  
проактивный уровень

2. Современный рынок туруслуг устанавливает взаимоотношения со своими клиентами, о каком уровне взаимоотношений идёт речь: менеджер турфирмы продает тур потребителю и просит звонить, если у него появятся какие-либо вопросы

основной уровень  
\*реагирующий уровень  
ответственный уровень  
проактивный уровень

3. Современный рынок туруслуг устанавливает взаимоотношения со своими клиентами, о каком уровне взаимоотношений идёт речь: после возвращения из тура менеджер турфирмы сам звонит потребителю для выявления достоинств и недостатков продаваемого тура

основной уровень  
реагирующий уровень  
\*ответственный уровень  
проактивный уровень

4. Современный рынок туруслуг устанавливает взаимоотношения со своими клиентами, о каком уровне взаимоотношений идёт речь: менеджеры турфирмы время от времени обеспечивают потребителя информацией о предоставляемых услугах

основной уровень  
реагирующий уровень  
ответственный уровень  
\*проактивный уровень

5. Современный рынок туруслуг устанавливает взаимоотношения со своими клиентами, о каком уровне взаимоотношений идёт речь: турфирма постоянно работает с несколькими потребителями для совместного улучшения потребительской ценности своих услуг.

основной уровень  
реагирующий уровень  
ответственный уровень  
уровень партнёрства

6. Перемещение людей во времени и пространстве, независимо от цели, направления и средства передвижения

\* путешествие  
туристская услуга  
туристская индустрия  
туристский продукт

7. Гражданин, посещающий страну с определенными целями и осуществляющий ночёвку в этой стране, являясь клиентом туроператора или турагента

\*турист  
экскурсант  
гид  
исполнитель туристской услуги

8. Гражданин, посещающий место временного пребывания с целью ознакомления её туристскими ресурсами, без предоставления услуг размещения, являясь клиентом экскурсионного бюро

турист  
\*экскурсант  
гид  
исполнитель туристской услуги

9. Экскурсовод или переводчик в одном лице, который сопровождает туристов в поездке, организует их обслуживание на маршруте во время путешествия

турист  
экскурсант  
\*гид  
исполнитель туристской услуги

10. Индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, оказывающее услуги потребителю в области туристских услуг

турист  
экскурсант  
гид  
\*исполнитель туристской услуги

11. Пути сообщения (вокзалы, аэропорты, пристани, дороги), коммуникации (электричество, водопровод, отопление, средства связи) туристских ресурсов, средств размещения, питания – это...

- \*туристская инфраструктура
- туристская услуга
- туристская индустрия
- туристский продукт

12. Предварительный договор между исполнителем услуги и потребителем, определяющий технические отношения сторон, а так же экономические и юридические

- \*заказ на туристскую услугу
- качество туристской услуги
- описание туристской услуги
- качество туристского обслуживания

13. Процесс по удовлетворению предлагаемых потребностей туристов, характеризующихся культурой обслуживания и качеством услуг

- заказ на туристскую услугу
- \*качество туристского обслуживания
- описание туристской услуги
- качество туристской услуги

14. Совокупность характеристик, определяющих способность удовлетворять предлагаемым потребностям туриста

- заказ на туристскую услугу
- описание туристской услуги
- \*качество туристской услуги
- качество туристского обслуживания

15. Деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которые предоставляют услуги обслуживания граждан и размещения, осуществляют деятельность по организации и оказанию гостиничных услуг, включая их реализацию.

- \*Гостиничная деятельность
- дестинация
- диверсификация
- компенсация

## **2. Критерии оценки:**

70% и более правильных ответов - тест пройден  
менее 70% правильных ответов - тест не пройден

## **2 Тестовые задания**

**Задание:** решение тестовых заданий по теме: «Основы маркетинга в рекреации и туризме»

1. Результатом хозяйственной деятельности в любой отрасли является?  
производство сырья  
\*производство определенного продукта  
производство и потребление  
развитие массовой продукции
2. Продукт- это?  
развитие процессов  
итог продажи продукта  
\* итог человеческого труда  
материальная услуга
3. В основе спроса на услуги в рекреации и туризме лежит?  
возможность  
\*потребность  
необходимость  
значимость
4. Деятельность, направленная на формирование и продвижение имиджа туристской территории на внешние и внутренние рынки  
\*маркетинг туристских регионов  
макроэкономика  
менеджмент туристской организации  
региональный менеджмент туризма
5. Реклама – это элемент:  
\*политики продвижения товара  
товарной политики;  
сбытовой политики;  
ценовой политики
6. Виды конкуренции  
\*функциональная, видовая, предметная  
-предметная, косвенная, видовая  
зарождающаяся, косвенная, видовая  
-зарождающаяся, косвенная, предметная
7. Что не относится к функции товародвижения?  
складирование;  
транспортировка;  
планирование перемещения товаров к месту использования;  
\*конструирование нового товара
8. Что является начальным этапом в разработке плана маркетинга:  
\*проведение маркетинговых исследований  
определение конкурентоспособности продукции  
разработка стратегии  
постановка цели
9. От каких факторов не зависит ценообразование физкультурно-оздоровительных услуг:  
от временных критериев  
от спроса и ожидаемого оборота

от условий оплаты

\* от погодных условий, настроения

10. Что является стратегий ценообразования:

\*гибкая система скидок

предложение дополнительных интернет-услуг

использование личных мотивов

использование чужой ценовой стратегии

11. Бизнес-план это:

\*всестороннее описание бизнеса и среды, в которой он действует

лекционный материал по экономике

теоретическое пособие по выживанию

научно-методический материал по логике

12. Что нужно сделать, чтобы понять, что идея вашего бизнес-плана хороша:

\*провести маркетинговый анализ

записаться на курсы актерского мастерства

отправить бизнес-план в налоговую инспекцию на проверку

получить мнение родителей относительно правильности составления бизнес-плана

13. К показателям результатов использования физкультурно-оздоровительного комплекса относится:

\*социальная доступность

наличие батутного комплекса

наличие столовой на территории

ухоженность территории

14. Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:

маркетинговые исследования

\*инвентарный контроль

товарная политика

создание рекламного обращения

15. Составные части маркетинга:

\*товар, цена, продвижение товара, распространение

товар, стимулирование сбыта, реклама

сбыт товара, ценообразование, продвижение

планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков

**2. Критерии оценки:**

55% и более правильных ответов - тест пройден

менее 55% правильных ответов - тест не пройден

**7.3.Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

**7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации**

Курс 4

	<b>Вопросы к зачёту</b>
--	-------------------------

1.	Руководство как функция менеджмента в спорте, туризме, адаптивной физической культуре
2.	Значение и задачи планирования работы по физической культуре, спорту, туризму, адаптивной физической культуре
3.	Методика подготовки организационно-распорядительных документов в спортивной организации и организация делопроизводства.
4.	Организационные конфликты в спортивных организациях: сущность, формы и способы их разрешения.
5.	Целевое планирование в физкультурно-спортивной организации.
6.	Планирование и организация проведения спортивного соревнования.
7.	Стратегическое планирование в системе менеджмента. Система менеджмента.
8.	Технология создания физкультурно-спортивной организации
9.	Физкультурно-спортивная организация как открытая система: сущность и классификация
10.	Менеджмент спортивных и физкультурно-оздоровительных услуг
11.	Характеристика услуг спортивных организаций и клубов
12.	Менеджмент учреждений физкультурно-оздоровительной и спортивной направленности при работе с детьми и молодежью
13.	Менеджмент физической культуры и спорта в образовательных учреждениях
14.	Менеджмент физической культуры и спорта в учреждениях дополнительного образования детей
15.	Планирование и организация проведения спортивных мероприятий
16.	Менеджмент физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятий с инвалидами
17.	Организация комплексных спортивных соревнований
18.	Менеджмент как составная часть труда работников физкультурно-спортивных организаций
19.	Роль менеджера как элемент профессиональной деятельности работников образовательных учреждений
20.	Сущность менеджмента, его задачи и роль в повышении эффективности управления.
21.	Формирование трудового коллектива: этапы, особенности взаимодействия менеджера и коллектива.
22.	Функция организации в спортивном менеджменте.
23.	Принятие решений и коммуникации в управлении.
24.	Социально-психологический портрет организатора массовой физической культуры.
25.	Теории мотивации и типы руководства. Управление конфликтами в организации.
26.	Теоретико-методологические основы маркетинга в профессиональной деятельности
27.	Социальная сущность и определение маркетинга. Международный маркетинг
28.	Маркетинг, ориентированный на продукт. Маркетинг, ориентированный на потребителя.
29.	Анализ рынка спортивных и физкультурно-оздоровительных услуг
30.	Бизнес-план и его функции
31.	Общая характеристика бизнес-плана. Содержание и порядок разработки бизнес-плана.
32.	Основы рекламной деятельности.
33.	Маркетинговые исследования. Цель и этапы процедуры маркетинговых исследований. Способы организации маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований

34.	Эксперимент как метод сбора первичной информации: цели, формы процесса наблюдения, достоинства и недостатки.
35.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций: определение, основные характеристики, решаемые задачи. Средства рекламы: определение, классификация и перечень, их достоинства и недостатки.

### 7.3.2. Критерии и нормы оценки

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
Промежуточный тест 1	не предусмотрены	55% и более правильных ответов - тест пройден менее 55% правильных ответов - тест не пройден
Промежуточный тест 2	не предусмотрены	55% и более правильных ответов - тест пройден менее 55% правильных ответов - тест не пройден

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Критерии и нормы оценки	
Тестирование	Допускаются все	«зачтено»	55% и более правильных ответов
		«не зачтено»	менее 55% правильных ответов

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Починкин, А. В.	Менеджмент в сфере физической культуры и спорта	учебное пособие	2017	ЭБС «Лань»
2	Кузнецова Т. А., Лузгарева О. И..	Менеджмент физической культуры и спорта	учебно-методическое пособие	2018	ЭБС «Лань»
	Удалова И. Б.	Менеджмент в туристской индустрии	учебное пособие	2016	ЭБС «Лань»
	Лисевич А. В.	Маркетинг в туристской индустрии	учебное пособие	2018	ЭБС «Лань»

### 8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Джона Бич, Саймон Чедвика; перевод В. Башкировой, М. Черноглазовой	Маркетинг спорта	учебник	2016	ЭБС «Лань»

### 8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- WebofScience[Электронный ресурс] : мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: ClarivateAnalytics, 2016– . – Режим доступа : apps.webofknowledge.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Scopus[Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004– . – Режим доступа : scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary[Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва : НЭБ, 2000– . – Режим доступа : elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- SpringerLink[Электронный ресурс] : [база данных]. – Switzerland: SpringerNature, 1842– . – Режим доступа : link.springer.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- ScienceDirect[Электронный ресурс] : коллекция электронных книг издательства Elsevier. – Netherlands: Elsevier, 2018– . – Режим доступа : sciencedirect.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- Cambridgeuniversitypress[Электронный ресурс] : журналы издательства. – Cambridge: Cambridgeuniversitypress, 2018– . – Режим доступа : cambridge.org. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- NEICON[Электронный ресурс] : электронная информация : архив научных журналов. – Москва : НЭИКОН, 2002– . – Режим доступа : neicon.ru/resources/archive. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
  - <https://e.lanbook.com/>
  - <https://dspace.tltsu.ru/>
  - <http://www.studentlibrary.ru/>
  - <https://new.znaniium.com/>
  - <http://www.iprbookshop.ru/>

### 8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc	договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 1653 от 14.12.2018, срок действия – бессрочно
2	Office Standard: Office Stdandard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition	договор № 690 от 19.05.2015, срок действия – бессрочно
3	Mirapolis Human Capital Management	лицензионный договор № 614 от 20.06.2023, срок действия – до 31.12.2023 включительно

### 8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1	Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.	Столы ученические двухместные, стол преподавательский, стулья, доска

№ п/п	<b>Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)</b>	<b>Перечень основного оборудования</b>
	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для проведения лабораторных работ. Учебная аудитория для практических занятий. Учебная аудитория для выполнения учебных, курсовых и дипломных работ. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы. (У-213)	аудиторная (меловая), компьютеры с выходом в сеть Интернет
2	Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для проведения лабораторных работ. Учебная аудитория для практических занятий. Учебная аудитория для выполнения учебных, курсовых и дипломных работ. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации (У-211)	Столы ученические двухместные, стол преподавательский, стулья, доска аудиторная (маркерная), компьютеры с выходом в сеть Интернет.