

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Мусьял Александр Вячеславович  
Должность: ВРИО ректора  
Дата подписания: 16.12.2021 16:17:30  
Уникальный программный ключ:  
0951da30105058541c602bee0584732857ac618c

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Курская государственная сельскохозяйственная академия  
имени И.И. Иванова»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной и воспитательной работе



А.В. Малахов

«31» августа 2021г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.11 «Маркетинговые коммуникации»**

**(ОФО, О-ЗФО)**

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Профиль «Маркетинг в агробизнесе»

**Курск 2021**

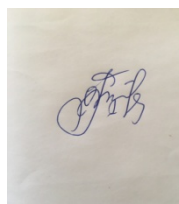
Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 970.

Разработчик:

доцент кафедры Экономики,

управления и гуманитарных наук

Птицина О.В.



---

*(занимаемая должность)*

*(ФИО)*

*(подпись)*

Рабочую программу дисциплины одобрила кафедра Экономики, управления и гуманитарных наук.

Протокол заседания кафедры №1 от «31» августа 2021 г.

Заведующий кафедрой: д.полит.н., доцент Е.С. Устинович

*(ученая степень, звание)*

*(ФИО)*



*(подпись)*

## **1. Цель и задачи освоения дисциплины**

**Цель дисциплины** - формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых коммуникаций в организации и с деловыми партнерами.

### **Задачи:**

- дать обучающимся представления о коммуникативной деятельности, типах коммуникации; содержании генезисе и специфике социальных коммуникаций; моделях коммуникативного процесса, его структуре; коммуникативной компетентности личности и основных коммуникативных компетенциях; феномене и технологиях массовой коммуникации.

- научить обучающихся разрабатывать коммуникационные стратегии предприятия и применять маркетинговые коммуникации в соответствии со спецификой профессиональной деятельности в организации и с деловыми партнерами;

- развивать у обучающихся навыки управления стратегией маркетинговых коммуникаций в организации и с деловыми партнерами.

## **2. Место дисциплины в структуре программы**

Дисциплина Б1.В.11 «Маркетинговые коммуникации» входит в блок Б1 «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» учебного плана.

Перед дисциплиной «Маркетинговые коммуникации» изучаются следующие дисциплины:

- Организация консультационной деятельности в АПК
- Корпоративное управление в АПК
- Менеджмент
- Маркетинговые исследования
- Маркетинговые исследования

После прохождения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» изучаются следующие дисциплины:

- Аграрная торговля
- Логистика и управление цепями поставок

- Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование
- Маркетинг
- Управление товарной и ценовой политикой в агробизнесе

### **3. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:**

#### **3.1 Обучающийся должен:**

**Знать:** сущность, принципы, методы маркетинговых коммуникаций, теоретические основы концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций, бренд-менеджмента и формирования имиджа организации, правовое регулирование деятельности по продвижению, правила использования интегрированных маркетинговых коммуникаций;

**Уметь:** разрабатывать стратегию, программу и планы мероприятий в рамках маркетинговых коммуникаций;

**Владеть:** навыками применения методов передачи информации деловым партнерам, целевой аудитории; методикой оценки эффективности отдельных составляющих интегрированных маркетинговых коммуникаций.

#### **3.2 В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:**

ПК - Индикаторы профессиональной(ых) компетенции(й)

<b>Код</b>	<b>Наименование компетенции</b>
ПК-5.1	Разрабатывает систему маркетинговых коммуникаций в организации и с деловыми партнерами
ПК-5.2	Внедряет систему маркетинговых коммуникаций в организации и с деловыми партнерами
ПК-5.3	Совершенствует систему маркетинговых коммуникаций в организации и с деловыми партнерами

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

##### Форма обучения Очная форма

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр(ы)					
		7					
Контактная работа (всего)	54.1	54.1					
В том числе:							
Лекционные занятия	18	18					
Практические занятия	36	36					
Иная контактная работа	0.1	0.1					
Самостоятельная работа	53.9	53.9					
<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>108</b>					
<b>з.е.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>					

##### Форма обучения Очно-заочная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр(ы)					
		8					
Контактная работа (всего)	18.1	18.1					
В том числе:							
Лекционные занятия	6	6					
Практические занятия	12	12					
Иная контактная работа	0.1	0.1					
Самостоятельная работа	89.9	89.9					
<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>108</b>					
<b>з.е.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>					

**Иная контактная работа** может включать:

- 0.1 или 0.3 часа – контактная работа на промежуточной аттестации, в зависимости от формы контроля (0.1 часа – зачет или зачет с оценкой, 0.3 часа - экзамен);
- 2 часа - групповые консультации (если по дисциплине предусмотрен экзамен);
- 1 час – индивидуальная консультация (если по дисциплине предусмотрена курсовая работа).

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Разделы/темы дисциплины и виды занятий

#### Форма обучения Очная форма

№ п/п	Наименование разделов/тем дисциплины	Лекции	Лабор. занятия	Прак. занятия	СРС	ИКР	Контроль
1	Тема 1. Предмет и содержание дисциплины «Маркетинговые коммуникации», ее взаимосвязь с другими дисциплинами	2		2	5.9		
2	Тема 2. Классификация маркетинговых коммуникаций	2		4	6		
3	Тема 3. Аудитория маркетинговых коммуникаций и продвижение товара	2		4	6		
4	Тема 4. Характеристики системы маркетинговых коммуникаций и вспомогательные рекламоносители	2		6	6		
5	Тема 5. Инструменты маркетинговых коммуникаций	2		4	6		
6	Тема 6. Организация коммуникационной деятельности	2		4	6		
7	Тема 7. Планирование коммуникационной деятельности	2		4	6		
8	Тема 8. Контроль маркетинговой коммуникации	2		4	6		
9	Тема 9. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций	2		4	6		
	<b>ИТОГО:</b>	<b>18</b>		<b>36</b>	<b>53.9</b>	<b>0.1</b>	

#### Форма обучения Очно-заочная

№ п/п	Наименование разделов/тем дисциплины	Лекции	Лабор. занятия	Прак. занятия	СРС	ИКР	Контроль
1	Тема 1. Предмет и содержание дисциплины «Маркетинговые			2	9.9		

	коммуникации», ее взаимосвязь с другими дисциплинами						
2	Тема 2. Классификация маркетинговых коммуникаций	2			10		
3	Тема 3. Аудитория маркетинговых коммуникаций и продвижение товара			2	10		
4	Тема 4. Характеристики системы маркетинговых коммуникаций и вспомогательные рекламоносители			2	10		
5	Тема 5. Инструменты маркетинговых коммуникаций			2	10		
6	Тема 6. Организация коммуникационной деятельности			2	10		
7	Тема 7. Планирование коммуникационной деятельности	2			10		
8	Тема 8. Контроль маркетинговой коммуникации			2	10		
9	Тема 9. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций	2			10		
	<b>ИТОГО:</b>	<b>6</b>		<b>12</b>	<b>89.9</b>	<b>0.1</b>	



## 5.2. Содержание разделов/тем дисциплины

№ п/п	Наименование раздела/темы дисциплины	Содержание раздела/темы
1	Тема 1. Предмет и содержание дисциплины «Маркетинговые коммуникации», ее взаимосвязь с другими дисциплинами	Цель, задачи и предмет дисциплины «Маркетинговые коммуникации». Коммуникативная политика в системе маркетинга. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Комплекс коммуникаций системы маркетинга. Составляющие коммуникационного процесса: определение идеи обращения, кодирование информации, выбор канала передачи информации, декодирование информации, ответная реакция, создание обратной связи, помехи. Проблемы, снижающие эффективность коммуникаций и пути их устранения.
2	Тема 2. Классификация маркетинговых коммуникаций	Элементы коммуникационного процесса Ф.Котлера: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личные продажи. Современные формы маркетинговых коммуникаций: особенности и область применения (партизанский маркетинг, вирусный маркетинг, провокационный маркетинг, мобильный маркетинг, сенсорный маркетинг).
3	Тема 3. Аудитория маркетинговых коммуникаций и продвижение товара	Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудитории. Исследования аудитории: анализ «количества» и «качества». Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов. Анкетирование, интервьюирование, тесты, фокус-группы, лабораторные исследования с применением технических средств. Средства управления продвижением товара. Стратегия проталкивания и вытягивания товара. Факторы возрастания роли маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта и продаж в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Упаковка как перспективный элемент коммуникационной политики организации. Организация интернет-маркетинга и продвижения в социальных медиа.
4	Тема 4. Характеристики системы маркетинговых коммуникаций и вспомогательные рекламоносители	Место средств информации в маркетинговых коммуникациях. Выделение ATL и BTL коммуникаций. ATL коммуникации: печатные СМИ; телевидение; радио; реклама в кинотеатрах; наружная реклама; реклама в местах продаж. BTL коммуникации: прямой маркетинг (direct marketing); промоакции, нацеленные на конечного потребителя; стимулирование торговопроводящей сети; производство и использование специальных материалов; событийный маркетинг. POS- материалы. Визуальные коммуникации. Сейлз промоушн как инструмент увеличения продаж. Стимулирующие

		мероприятия в рамках экспозиции. Реализация программ лояльности. Реклама и связи с общественностью.
5	<b>Тема 5. Инструменты маркетинговых коммуникаций</b>	Связь маркетинговых коммуникаций с позиционированием. Инструменты маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью. Особенности, преимущества, недостатки, примеры использования инструментов в соответствии со стадией жизненного цикла продукта, рыночной ситуацией, активностью конкурентов и т.п. Особенности и практика использования инструмента связи с общественностью (PR): подготовка пресс-релиза, планирование событий (event), в т.ч. работа со спонсорами, и др.
6	<b>Тема 6. Организация коммуникационной деятельности</b>	Организация коммуникационной деятельности. Организационные функции коммуникационных агентств, их характеристика. Организационная структура службы маркетинговых коммуникаций фирмы, факторы, ее определяющие. Зависимость организационной структуры службы маркетинговых коммуникаций от схемы организации маркетинговой службы. Формирование бюджета на маркетинговые коммуникации. Экономическая природа расходов. Основные факторы, определяющие объем затрат. Методы определения объема бюджета. Коммуникационные агентства, их виды, функции. Критерии выбора агентства.
7	<b>Тема 7. Планирование коммуникационной деятельности</b>	Исследования как основа планирования коммуникационной деятельности. Основные направления исследований. Этапы проведения исследования и его цели. Первичная и вторичная информация как продукт коммуникационного маркетингового исследования. Методы получения первичной и вторичной информации. Система планирования маркетинговых коммуникаций. Планирование как составная часть маркетингового планирования. Основные этапы планирования коммуникационной деятельности.
8	<b>Тема 8. Контроль маркетинговой коммуникации</b>	Понятие, уровни и виды контроля коммуникационной деятельности. Контроль как элемент управленческого процесса коммуникационной деятельностью. Этапы контроля коммуникационной деятельности. Тактический контроль маркетинговых коммуникаций. Средства тактического контроля.
9	<b>Тема 9. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций</b>	Эффекты и эффективность коммуникации. Определение эффективности в зависимости от стадии воздействия информационного сообщения на индивида. Предварительное тестирование, посттестирование, исследование эффективности продаж. Коммуникативная и торговая эффективность. Показатели, методы определения эффективности

		маркетинговых коммуникаций. Факторы повышения эффективности маркетинговых коммуникаций. Анализ и контроль затрат и результатов.
--	--	---

## **6. Методические рекомендации для проведения текущего контроля успеваемости/промежуточной аттестации по дисциплине**

Текущий контроль успеваемости в рамках дисциплины проводится с целью определения степени освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы.

Текущий контроль успеваемости обучающийся проводится по каждой теме учебной дисциплины и включает контроль знаний на аудиторных и внеаудиторных занятиях в ходе выполнения самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме сдачи зачета.

Зачет сдается согласно расписанию и служит формой проверки учебных достижений обучающихся по всей программе учебной дисциплины и преследуют цель оценить учебные достижения за период изучения дисциплины.

*ФОМ для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации представлены в составе ОПОП.*

## **7. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины, в том числе для самостоятельной работы обучающихся**

Приступая к изучению дисциплины, обучающимся необходимо ознакомиться с настоящей программой и внимательно изучить перечень знаний, умений, владений и компетенций, которые она формирует (см. п.3).

Для освоения дисциплины необходимо:

- посещение лекционных занятий, конспектирование лекций, изучение соответствующих разделов, глав, параграфов рекомендованных преподавателем учебников (см. список основной литературы в п.9 настоящей программы);

- своевременная подготовка к практическим занятиям и активное участие в них;

- систематическая самостоятельная работа.

От обучающихся требуется регулярное посещение лекционных занятий, на которых они получают необходимый теоретический минимум. Лекционные занятия формируют представление о взаимосвязи изучаемых разделов и тем дисциплины, ее междисциплинарных связях, культурном значении. На лекциях вводится терминологический минимум, рассматриваются основные элементы содержания изучаемых тем, объясняется значимость изучаемого материала для будущей профессиональной деятельности, общественной и частной жизни, что способствует повышению внутренней мотивации обучающихся к изучению дисциплины. Лекционные занятия проводятся с применением мультимедийных презентаций, что активизирует зрительную память обучающихся. Конспектирование лекций является обязательным. Конспект может быть полным или содержать реферативную запись рассматриваемых вопросов и выводы по каждому из них. Допускается составление опорных конспектов, отражающих лишь ключевые позиции рассматриваемого теоретического материала. Наличие конспекта обязательно, объем конспекта определяется самим обучающимся.

Логическим продолжением аудиторных занятий является внеаудиторная самостоятельная работа, которая составляет значительную часть учебной работы по изучению дисциплины и овладению компетенциями. С целью правильной ее организации и повышения эффективности обучающимся рекомендуется пользоваться *планами*

практических занятий и методическими рекомендациями по планированию и организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, разработанными автором настоящей программы (в форме методических указаний и практикумов).

Готовясь к занятиям, следует ознакомиться с перечнем знаний, умений, владений и компетенций. Это необходимо для того, чтобы, завершив подготовку, обучающийся мог провести самоконтроль для установления владения/не владения знаниями, умениями, навыками и компетенциями.

Затем необходимо прочесть перечень выносимых на практическое занятие основных вопросов (в том числе вопросы для обсуждения), по указанной в плане учебной литературе изучить теоретический материал, освоить терминологический минимум.

Если в плане занятия есть задания в тестовой форме, необходимо выполнить их письменно или устно. Выполнение таких заданий считается творческой работой и оценивается преподавателем отдельно от устного ответа.

Методические рекомендации по планированию и организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине позволят обучающемуся правильно организовать режим своей учебной деятельности, распределить время. Ознакомление с вводными разделами методических рекомендаций будет полезно для общего понимания цели, задач, форм и содержания самостоятельной работы.

## 8. Перечень информационных технологий (комплект лицензионного и свободного ПО)

<b>При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующее:</b>	
<b>Банки данных</b>	Доступ к электронно-библиотечной системе «Лань» Доступ к электронно-библиотечной системе «Book.ru»
<b>Интернет, сеть, безопасность</b>	Биллинговая система «TraffPro» Система контроля доступа IPtables Система мониторинга серверного и сетевого оборудования Zabbix Система антивирусной защиты KasperskyEndpointSecurity Программное средство защиты информации от НСД SecretNet6 (версия 6.5, авт. режим) Secret Net 7 АП «Континент» Крипто-pro 3.6 VipNet Client 3.x(KC2) VipNet Client 4.x(KC2) Dallas Lock 8.0-K Dr. Web «Desktop Security Suite» версия 6
<b>СУБД, серверное ПО, операционные системы</b>	Microsoft SQL Microsoft SQL Express MySQL <u>PostgreSQL</u> Microsoft Windows 2003 server Microsoft Windows 2008 server Microsoft Windows 2012 server Microsoft Windows Terminal Svr CAL 2003 Linux Centos 6 x Linux Fedora 12 Microsoft Windows XP

	Microsoft Windows XP Starter Microsoft Windows Vista Microsoft Windows 7 starter edition Windows 7 Pro SPI 64-bit Microsoft Windows 8
<b>Дистанционное обучение</b>	Система управления дистанционным обучением Moodle (модульная объектно-ориентированная динамическая учебная среда)
<b>Правовые, информационные и поисковые системы</b>	Информационно-правовая система «Гарант»
<b>Компьютерное тестирование</b>	Модули для тестирования в системе управления электронными курсами Moodle
<b>Офисные приложения, работа с документами</b>	Microsoft Office 2003-2013 <u>ABBYY FineReader 9.0</u> Abby Finereader 8

## **9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:**

### **а) основная литература**

1. Сабурова М. М. Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика) : учебное пособие / М. М. Сабурова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Ульяновск : УлГТУ, 2017. — 192 с. — ISBN 978-5-9795-1709-4. — URL: <https://e.lanbook.com/book/165048> .– Текст : электронный.

### **б) дополнительная литература**

1. Дубровина Н. А. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Н. А. Дубровина, Ю. И. Ряжева. — Самара : СамГУ, 2019. — 88 с. — ISBN 978-5-7883-1456-3. — URL: <https://e.lanbook.com/book/146983>.– Текст : электронный.
2. Коршикова М. В. PR-менеджмент : учебное пособие / М. В. Коршикова. — Ставрополь : СтГАУ, 2018. — 92 с. — URL: <https://e.lanbook.com/book/141585> .– Текст : электронный.
3. Лямзин О. Л. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / О. Л. Лямзин. — Новосибирск : НГТУ, 2016. — 60 с. — ISBN 978-5-7782-3115-3. — URL: <https://e.lanbook.com/book/118531>.– Текст : электронный.
4. Синяева И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности : учебник / И. М. Синяева, В. В. Земляк, В. В. Синяев. — 5-е изд. . — Москва : Дашков и К, 2017. — 266 с. — ISBN 978-5-394-02393-4. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93409> .– Текст : электронный.
5. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин. — Москва : Дашков и К, 2017. — 488 с. — ISBN 978-5-394-01185-6. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93416> .– Текст : электронный.

### **в) Интернет-ресурсы:**

1. Электронная библиотека по управлению (менеджмент) и маркетингу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: / <http://mmlib.net/about.html>

2. Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/cnews/>
3. База данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uisrussia.msu.ru/>
4. База данных по психологии управления, маркетингу и другим гуманитарно-правовым наукам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psyera.ru/articles/psihologiya-upravleniya>
5. Библиотека успешного бизнесмена «Деловые коммуникации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://club-energy.ru/c.php>
6. База исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.popairussia.com/analytics/research>
7. Университетская библиотечная система online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [Biblioclub.ru](http://Biblioclub.ru)

**г) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : информационная система : сайт. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.
2. Научная электронная библиотека Elibrary.ru : сайт. – URL: <http://elibrary.ru/>. – Текст : электронный.

**10. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории и	Перечень оборудования и технических средств обучения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа. Кабинеты, оснащенные мультимедийным оборудованием	444 ГУК	Парта – 20 Стол – 1 Стул – 1 Переносной мультимедиа-проектор NEC VT590G – 1 Ноутбук Lenovo Idea PadG500 с выходом в Интернет – 1 Экран настенный с электроприводом Draper Baronet 244x244 HGG – 1 Трибуна – 1 Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.) Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитори и	Перечень оборудования и технических средств обучения
		<p>Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.);  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.)  Mozilla Firefox – браузер (свободное ПО)  Sumatra PDF - программа просмотра и печати PDF-файлов (свободное ПО)  7-zip – архиватор (свободное ПО)  FAR-Manager Свободное ПО)  Kaspersky Endpoin tSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.).</p>
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа/практических занятий.	427 ГУК	<p>Доска классная – 1  Стол аудиторный– 14  Стул – 29  Проектор LSD Projector EPSON EMP-S1H929 -1  ПК-ноутбук Lenovo ideaPad G500 15,6 -1– 1  Ноутбук Lenovo Idea Pad G500 с выходом в Интернет – 1  Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.)  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.);  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.)  Mozilla Firefox – браузер (свободное ПО)  Sumatra PDF - программа просмотра и печати PDF-файлов (свободное ПО)  7-zip – архиватор (свободное ПО)  FAR-Manager Свободное ПО)  Kaspersky Endpoin tSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.).</p>
Учебные аудитории	452 ГУК	<p>Парта – 15  Стол – 1</p>

<b>Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий</b>	<b>№ аудитори и</b>	<b>Перечень оборудования и технических средств обучения</b>
<p>для групповых и индивидуальных консультаций.</p>		<p>Стул – 1  Переносной мультимедиа-проектор NEC VT590G – 1  Ноутбук LenovoIdeaPadG500 с выходом в Интернет– 1  Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.)  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.);  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.)  Mozilla Firefox – браузер (свободное ПО)  Sumatra PDF - программа просмотра и печати PDF-файлов (свободное ПО)  7-zip – архиватор (свободное ПО)  FAR-Manager Свободное ПО)  Kaspersky Endpoin tSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.).</p>
	<p>458 ГУК</p>	<p>Стол – 30  Стул – 29  Трибуна – 1  Стенд с наглядным иллюстративным материалом – 5  Компьютер Formoza E3500 1384 с выходом в Интернет – 10  Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.)  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.);  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.)  Mozilla Firefox – браузер (свободное ПО)  Sumatra PDF - программа просмотра и печати PDF-</p>



Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитори и	Перечень оборудования и технических средств обучения
		<p>файлов (свободное ПО) 7-zip – архиватор (свободное ПО) FAR-Manager Свободное ПО) Kaspersky Endpoin tSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.).</p>
	425 ГУК	<p>Парта – 22 Стол – 1 Стул – 46 Переносной мультимедиа проектор "LSD Projector EPSON" EMP-S1H929 – 1 Ноутбук Toshiba SatelliteL40-170CeIM 40 с выходом в Интернет– 1 Экран – 1 Трибуна – 1 Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.) Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.); Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.) Mozilla Firefox – браузер (свободное ПО) Sumatra PDF - программа просмотра и печати PDF-файлов (свободное ПО) 7-zip – архиватор (свободное ПО) FAR-Manager Свободное ПО) Kaspersky Endpoin tSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.).</p>
	427 ГУК	<p>Доска классная – 1 Стол аудиторный– 14 Стул – 29 Проектор LSD Projector EPSON EMP-S1H929 -1 ПК-ноутбук Lenovo ideaPad G500 15,6 -1– 1 Ноутбук Lenovo Idea Pad G500 с выходом в Интернет – 1 Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, операционная система,</p>

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитори и	Перечень оборудования и технических средств обучения
		<p>номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.)  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.);  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.)  Mozilla Firefox – браузер (свободное ПО)  Sumatra PDF - программа просмотра и печати PDF-файлов (свободное ПО)  7-zip – архиватор (свободное ПО)  FAR-Manager Свободное ПО)  Kaspersky Endpoin tSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.).</p>
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации.	427 ГУК	<p>Доска классная – 1  Стол аудиторный– 14  Стул – 29  Проектор LSD Projector EPSON EMP-S1H929 -1  ПК-ноутбук Lenovo ideaPad G500 15,6 -1– 1  Ноутбук Lenovo Idea Pad G500 с выходом в Интернет – 1  Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.)  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.);  Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.)  Mozilla Firefox – браузер (свободное ПО)  Sumatra PDF - программа просмотра и печати PDF-файлов (свободное ПО)  7-zip – архиватор (свободное ПО)  FAR-Manager Свободное ПО)  Kaspersky Endpoin tSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.).</p>

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитори и	Перечень оборудования и технических средств обучения
Помещение для самостоятельной работы	Читальны й зал научной библиоте ки	<p>Стол – 12            Стул – 21            Компьютер Formoza E3500 1384 с выходом в Интернет – 12            Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.)            Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.);            Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.)            Mozilla Firefox – браузер (свободное ПО)            Sumatra PDF - программа просмотра и печати PDF-файлов (свободное ПО)            7-zip – архиватор (свободное ПО)            FAR-Manager Свободное ПО)            Kaspersky Endpoin tSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941-653-237, количество объектов 500 (2018 г.).</p>
Библиотека		Каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы
Читальный зал библиотеки		<p>Стол – 12            Стул – 21            Компьютер Formoza E3500 1384 с выходом в Интернет – 12            Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, операционная система, номер лицензий 42500048, количество лицензий 60 (2007 г.)            Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 45035958 количество лицензий 20, номер лицензии (2009 г.);            Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, пакет прикладных программ, номер лицензии 42500048 количество лицензий 60 (2007 г.)            Mozilla Firefox – браузер (свободное ПО)</p>

<b>Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий</b>	<b>№ аудитори и</b>	<b>Перечень оборудования и технических средств обучения</b>
		Sumatra PDF - программа просмотра и печати PDF- файлов (свободное ПО) 7-zip – архиватор (свободное ПО) FAR-Manager Свободное ПО) Kaspersky Endpoin tSecurity – антивирусная программа, номер лицензии 205E-180703-121941- 653-237, количество объектов 500 (2018 г.).