

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС- ПРОЦЕССАМИ

Направление подготовки:
38.04.02 Менеджмент

Направленность:
Маркетинговое управление организациями

Квалификация выпускника: магистр

Кострома
2021

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговое управление бизнес-процессами» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. №952)

Разработал: Субачев Александр Александрович, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга КГУ

Рецензенты: Творогова И.Н., к.э.н., генеральный директор ООО «Каскад МИА»
Карев А.К. директор по бренду и маркетинговым коммуникациям ПАО «ВымпелКом» (бренд билайн)

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры менеджмента и маркетинга

Протокол № 3 от 16 ноября 2021 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № 8 от 18.04.2023 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № ____ от _____ 20__ г.

1. Цель и задачи дисциплины

Цель курса – формирование у обучающихся способности и готовности использовать полученные в ходе изучения дисциплины теоретические знания и практические навыки в области маркетингового управления бизнес-процессами организаций различных отраслей экономики.

Задачи курса:

1. Сформировать целостное представление о сущности и видах бизнес-процессов.
2. Изучить особенности управления бизнес-процессами организации.
3. Освоить навыки, анализа, моделирования и реинжиниринга бизнес-процессов организации.
4. Освоить навыки маркетингового управления бизнес – процессами организации.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины «Маркетинговое управление бизнес-процессами» обучающийся должен освоить следующие компетенции:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ИК.ОПК-4.2. Владеет методами проектного менеджмента, управления бизнес-процессами, проводит анализ рынка, выявляет и оценивает новые рыночные возможности
Профессиональные компетенции	
ПК-1. Способен использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса маркетинга организации	ИК.ПК-1.1. Демонстрирует знание процессов стратегического и маркетингового управления организацией
	ИК.ПК-1.2. Владеет методами маркетинговых исследований, стратегического и маркетингового анализа для определения направлений развития организации
	ИК.ПК-1.3. Разрабатывает маркетинговую стратегию организации
	ИК.ПК-1.5. Использует возможности по улучшению бизнеса с точки зрения маркетингового управления для всех элементов комплекса маркетинга
ПК-2. Способен применять принципы, модели, инструменты и информационные технологии в области маркетинга на стратегическом, тактическом и оперативном уровне управления организацией, а также осуществлять коммуникации с потребителями и стейкхолдерами, в процессе разработки, принятия и оценки управленческих решений	ИК.ПК-2.1. Демонстрирует знания в области построения маркетинговых моделей и понимает механизмы организации и функционирования маркетинговых цифровых платформ для обеспечения непрерывной связи с потребителями и другими стейкхолдерами
	ИК.ПК-2.2. Применяет принципы, методы, модели и инструменты маркетинга на стратегическом, тактическом и оперативном уровне управления организацией
	ИК.ПК-2.4. Определяет цели, задачи, основные параметры, ключевые показатели эффективности разрабатываемых управленческих решений на стратегическом, тактическом и оперативном уровне, направленных на организационные изменения и совершенствование маркетинговой деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- сущность и виды бизнес- процессов в организации;
- особенности и основные направления управления бизнес- процессами в организации;
- основные способы моделирования и реинжиниринга бизнес - процессов организации;
- особенности маркетингового управления бизнес – процессами организации.

уметь:

- применять технологии моделирования бизнес-процессов организации;
- применять различные подходы к анализу эффективности бизнес-процессов организации;
- применять основные способы перепроектирования бизнес-процессов.

владеть:

- методами оптимизации бизнес-процессов организации;
- методами сбора информации при моделировании бизнес-процессов организации;
- способами маркетингового управления бизнес- процессами организации.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговое управление бизнес - процессами» изучается на 2 курсе и относится к блоку дисциплин состав которых формируется участниками образовательных отношений (Б1.В.09).

4.Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работ

Виды учебной работы	Очная
Общая трудоемкость в зачетных единицах	6
Общая трудоемкость в часах	216
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	24
Лекции	12
Практические занятия	12
Практическая подготовка	–
Самостоятельная работа в часах	172,4
Форма промежуточной аттестации	Экзамен, зачет

4.2.Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Количество часов
Лекции	12
Практические занятия	12
Консультации	2

Экзамен	0,35
Курсовой проект	4
Всего	30,6

5.1. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

№	Название раздела, темы	Всего часов	Аудиторные занятия, ч.		Самостоятельная работа, ч.
			Лекции	Практические	
1.	Сущность и классификация бизнес-процессов	24	2	2	20
2.	Управление бизнес-процессами.	34	2	2	30
3.	Моделирование бизнес-процессов	34	2	2	30
4.	Реинжиниринг бизнес-процессов	34	2	2	30
5.	Анализ и ключевые показатели бизнес-процессов	34	2	2	30
6.	Маркетинговое управление бизнес - процессами	36,4	2	2	32,4
Контроль		13			
ИКР		2,35			
Итого		216	12	12	172,4

5.2. Содержание:

Тема 1. Сущность и классификация бизнес-процессов

Процессный подход к управлению. Бизнес-процесс: понятие, сущность. Классификация бизнес-процессов в организации . Окружение бизнес-процесса. Типовые модели выделения бизнес-процессов.

Тема2. Управление бизнес-процессами.

Цели и задачи управления бизнес-процессами. Оптимизация и регламентация процессов. Бизнес-диагностика. Уровни детализации процессов. Действия, процедуры, направления деятельности. Операции в управлении бизнес-процессами. Перепроектирование бизнес-процессов. Особенности бизнес-процессов. Ключевые группы методов оптимизации бизнес-процессов.

Тема 3. Моделирование бизнес-процессов

Необходимость моделирования бизнес-процессов. Способы описания и моделирования бизнес-процессов. Горизонтальное и вертикальное описание бизнес-процессов. Технология описания и моделирования бизнес-процессов предприятия. Методы сбора информации при моделировании бизнес-процессов. Правила и рекомендации по описанию бизнес-процессов. Основные подходы к моделированию бизнес-процессов.

Тема 4. Реинжиниринг бизнес-процессов

Сущность, цели, этапы и виды реинжиниринга бизнес-процессов. Этапы проведения реинжиниринга. Принципы перепроектирования бизнес-процессов. Условия успешного реинжиниринга и факторы риска. Типичные ошибки при проведении реинжиниринга.

Тема 5. Анализ и ключевые показатели бизнес-процессов

Выбор приоритетных бизнес-процессов для оптимизации. Традиционная система анализа эффективности. Современные подходы к анализу бизнес-процессов: EVA, Tableau of bord, BSC. Временные и частные показатели. Индикаторы фактической ситуации. Инструменты анализа эффективности. Ключевые показатели бизнес-процессов.

Тема 6. Маркетинговое управление бизнес - процессами

Современные подходы к содержанию маркетингового управления. Особенности управления маркетингом в XXI веке. Сущность маркетингового управления. Маркетинговые исследования как основа принятия стратегических и тактических решений в маркетинговом управлении. Маркетинговая информационная система. Методология маркетинговых исследований поведения потребителей в условиях глобальных рынков. Маркетинговое управление и управление функцией. Стратегический маркетинг в системе маркетингового управления спросом. Управление маркетинговой функцией

5.3. Практическая подготовка

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки						
		Всего	Семестр 1			Семестр ..		
			Лекции	Пр.зан.	Лаб.р.
-	-	-	-	-	-	-	-	-

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Число часов практической подготовки			
			Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб.раб
-	-	-	-	-	-	-

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п.п.	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Сущность и классификация бизнес-процессов	Составление сравнительной таблицы «Основные виды бизнес-процессов организации»	20	Студентам сначала необходимо ознакомиться с литературой по бизнес-процессам. Затем на основе полученной информации составить таблицу «Основные виды бизнес-процессов организации». Структура таблицы: название бизнес-процесса, характеристика.	Таблица, оценка
2.	Управление бизнес-процессами.	Составление сообщения на тему «Виды бизнес-моделей»	30	Студентам предлагается подготовить сообщение к семинару по теме «Ключевые группы методов оптимизации бизнес-процессов.» по	Выступление, оценка

				одному из существующих методов оптимизации.. Сообщение может быть подготовлено как одним человеком так и группой в составе 2-х человек. Объем сообщения не менее 4-х страниц формата А4, шрифт- 12, интервал -1, кегль -Times New Roman Текст должен иметь название и быть сопровожден списком литературы. После выступления сообщение должно быть сдано в электронном виде преподавателю	
3.	Моделирование бизнес-процессов	Составление карту бизнес-процессов организации	30	Студентам сначала необходимо ознакомиться с литературой по и методами моделирования бизнес-процессов и особенностями построения карты бизнес-процессов организации. Затем на основе полученной информации построить карту бизнес-процессов определенного предприятия с применением. Описание бизнес - модели формируется в виде отчета, который должен включать в себя следующие элементы: титульный лист, карта бизнес-процессов организации. Требования к оформлению отчета: работа выполняется в печатном виде на листах формата А4, с использование программного приложения MS Word или похожего по функционалу, шрифт-12, интервал -1, кегль -Times New Roman. Работа сдается в печатном и электронном преподавателю.	Отчет, проверка работы, оценка
4.	Реинжиниринг бизнес-процессов	Разработка программы реинжиниринга бизнес-процессов организации	30	Студентам сначала необходимо ознакомиться с литературой по особенностям реинжиниринга бизнес-процессов организации.. Затем на основе полученной информации разработать программу реинжиниринга бизнес - процессов определенного предприятия. Результаты исследования формируется в виде отчета, который должен включать в себя следующие элементы: титульный лист, программа реинжиниринга. Требования к оформлению отчета: работа выполняется в печатном виде на листах формата А4, с использование программного приложения MS Word или похожего по функционалу, шрифт-12, интервал -1, кегль -Times New Roman. Работа сдается в печатном и электронном преподавателю	Отчет, проверка работы, оценка
5.	Анализ и ключевые показатели бизнес-процессов	Анализ ключевых показателей бизнес - процессов определенного предприятия	30	Студентам сначала необходимо ознакомиться с литературой по особенностям анализа и ключевым показателям бизнес-процессов организации.. Затем на основе полученной информации провести анализ ключевых показателей бизнес - процессов определенного предприятия. Результаты исследования формируется в виде отчета, который должен включать в себя следующие элементы: титульный лист, краткая характеристика предприятия, результаты анализа показателей бизнес-процессов организации.	Отчет, проверка работы, оценка

				Требования к оформлению отчета: работа выполняется в печатном виде на листах формата А4, с использованием программного приложения MS Word или похожего по функционалу, шрифт- 12, интервал -1, кегль -Times New Roman. Работа сдается в печатном и электронном преподавателю	
6.	Маркетинговое управление бизнес - процессами	Разработка программы маркетингового управления бизнес-процессами организации	32,4	Студентам сначала необходимо ознакомиться с литературой по особенностям маркетингового управления бизнес-процессами в организации.. Затем на основе полученной информации разработать программу маркетингового управления бизнес-процессами организации определенного предприятия. Результаты исследования формируются в виде отчета, который должен включать в себя следующие элементы: титульный лист, программа маркетингового управления бизнес-процессами организации. Требования к оформлению отчета: работа выполняется в печатном виде на листах формата А4, с использованием программного приложения MS Word или похожего по функционалу, шрифт-12, интервал -1, кегль -Times New Roman. Работа сдается в печатном и электронном преподавателю	Отчет, проверка работы, оценка
	Итого:		172,4		

Тематика курсовых проектов по дисциплине «Маркетинговое управление бизнес- процессами»

1. Разработка программы маркетингового управления бизнес-процессами организации
2. Анализ ключевых показателей бизнес - процессов определенного предприятия
3. Разработка программы оптимизации бизнес-процессами организации
4. Разработка программы реинжиниринга бизнес-процессов организации
5. Анализ ключевых показателей бизнес-процессор организации
6. Разработка мероприятий по управлению бизнес-процессов в организации
7. Оценка эффективности бизнес-процессов организации.
8. Разработка управленческого решения по перепроектированию бизнес-процессов организации.
9. Проведение маркетингового исследования особенностям реализации одного из бизнес - процессов организации.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная

- 1.Аксенова, С. Информационные технологии моделирования бизнес-процессов /С. Аксенова. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 48 с. - ISBN

978-5-905835-74-2 ;[Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97080>

2.Гайдаенко Т. А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика/Т. А. Гайдаенко. - 3-е изд., перераб. и доп. - Сер. Полный курс МВА / МИРБИС

3.Елиферов, В. Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление : учеб. пособие / В.Г.Елиферов, В. В. Репин. - М.: Инфра-М, 2011; 2008; 2007. - 319 с.:

рис. - (Серия учебников для программы МВА). - МО РФ . - ОПД. - ISBN 978-5-

16-001825-6 : 270.12; 161.00; 230.00.

4.Мамонова, В.Г. Моделирование бизнес-процессов : учебное пособие / В.Г. Мамонова, Н.Д. Ганелина, Н.В. Мамонова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический

университет. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 43 с. - ISBN 978-5-7782-2016-4 ; То

же [Электронный ресурс]. -URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228975>

5.Маркетинг : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; - URL: <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат).

—www.dx.doi.org/10.12737/18431.-

<http://znaniium.com/catalog.php?bookinfo=9391962>

6.Маркетинг: Учебник / Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В. - М.: НИЦ

ИНФРА-М, 2017. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-003647-2 -

<http://znaniium.com/catalog.php?bookinfo=6088835>.Моделирование бизнес-процессов / Золотухина Е.Б., Красникова С.А., Вишня А.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 79 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-906818-

12-6 <http://znaniium.com/catalog.php?bookinfo=767202>

7.Реинжиниринг бизнес-процессов: учебное пособие / А.О. Блинов, О.С. Рудакова, В.Я. Захаров, И.В. Захаров ; под ред. А.О. Блинова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 343 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01823-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117146>

8.Тимохина, Г. С.Маркетинг-менеджмент [Текст] : учеб. пособие/ Г. С. Тимохина ; М-во науки и высшего образования Рос.Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург : Изд-воУрал. гос. экон. ун-та, 2019 — 200 с.

Дополнительная

1.Мазилкина Е.И.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. / Е.И.Мазилкина. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2015. - 300 с. - ОПД(БЗ). - ISBN 978-5-394-01285-3 : 230.00.55

2.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : метод.

рекомендации для самостоятельной работы студентов напр. подгот. 080200 "Менеджмент (профиль "Маркетинг") / М-во образования и науки РФ, Костром.

гос. ун-т им. Н. А. Некрасова ; сост. Е. И. Чарушина. - Электрон. текст. данные. -

Кострома : КГУ, 2015. - 29 с. - Загл. с экрана. - Библиогр.: с. 27. - Б. ц.16

3.Годин, А.М.Маркетинг : учебник / А. М. Годин. - 9-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков иК", 2012. - 655, [1] с. - Библиогр.: с. 655-656. - ISBN 978-5-394-00319-5 : 303.00.67

4.Галочкина, Л. Н.Маркетинг для бакалавров (в схемах и таблицах) : учеб. пособие / Л.Н. Галочкина, Н. А. Кипень. - Кострома : КГТУ, 2012. - 134 с.: рис. - ОПД. -ISBN 978-5-8285-0633-0 : 18.03.548

5.Маркетинг : учеб. для бакалавров / Н. М. Кондратенко [и др.] ; под общ. ред. Н.М. Кондратенко. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт : ИД Юрайт, 2012. - 542, [1]

2с. - (Бакалавр. Базовый курс). - Допущено Минобрнауки РФ . - Авт. указаны на 9

с. - Библиогр.: с. 541-542. - ISBN 978-5-9916-2075-8. - ISBN 978-5-9692-1372-2 :

451.00.

6.Маркетинг: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 223 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-00402-9 -

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=463390>

7.Пичурин И.И. Основы маркетинга: Теория и практика : учебное пособие /

И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383

с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02090-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637>

8.Минько Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. -

Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN

978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>

8. Перечень ресурсов, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Информационно-образовательные ресурсы:

1. Что такое бизнес-процесс и описание бизнес процесса:
<https://habr.com/ru/post/342448/?ysclid=17f4b1f2e0899659783>

2.Маркетинговое управление: Построение бизнес - моделей:
<https://www.hse.ru/data/2012/07/24/1257279242/%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20Glava01.pdf?ysclid=17f4cg2nbs742970448>

3. Современное значение маркетингового управления бизнес-процессами организациями: <https://moluch.ru/archive/147/41314/> (дата обращения: 29.08.2022).

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Университетская библиотека online»
2. ЭБС «Znanium»
3. ЭБС «Лань»

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

Адрес, корпус	Аудитория	Оснащенность
Аудиторные занятия		
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	5	Компьютерный класс на 22 посадочных места с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	6	Компьютерный класс на 16 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	7	Компьютерный класс на 10 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	9	Потоковая аудитория на 160 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	10	Потоковая аудитория на 160 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	11	Аудитория на 30 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	12	Аудитория на 32 посадочных места, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	13	Аудитория на 60 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	14	Аудитория на 26 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором,

корпус В1		экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	16	Компьютерный класс на 20 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Самостоятельная работа		
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1», ауд. 201	Читальный зал корпуса «Б1»	200 посадочных мест; 3 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 копир/принтер; 1 проектор; 2 экрана для проектора; 1 ворота «Антивор»; 1 WIFI-точка доступа.
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1», ауд. 202	Электронный читальный зал	25 посадочных мест; 29 компьютеров (25 для читателей, 4 для сотрудников); 4 принтера (3 монохромные, 1 полноцветный); 1 плоттер; 2 сканера; 1 МФУ; 1 LCD TV
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «А1», ауд. 3-207	Читальный зал редкой книги	50 посадочных мест; 1 компьютер для сотрудников; 1 сканер; 1 принтер; 1 LCD TV; свободный доступ WIFI
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «В1», ауд. 305	Читальный зал СБО	20 посадочных мест; 2 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 МФУ