

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМИ ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
Направленность: «Маркетинговое управление организациями»
Квалификация выпускника: магистр

Кострома
2021

Рабочая программа дисциплины «Управление потребительскими предпочтениями» 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: Голубева Мария Александровна, 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

Курс «Управление потребительскими предпочтениями» направлен на приобретение теоретических знаний и практических навыков в области изучения и моделирования поведения потребителей и принятия решений о покупке, особенностей применения методологии анализа и оценки мотивации покупателей для разработки маркетинговых мероприятий и завоевания целевых сегментов рынка.

Цель курса – сформировать комплекс знаний, умений и компетенций, позволяющий анализировать поведение потребителей для разработки маркетинговых мероприятий и завоевания целевых сегментов рынка.

Задачи курса:

1. Изучить теоретико-методологические положения управления потребительскими предпочтениями.

2. Развить умения анализа факторов, оказывающих влияние на формирование потребительской мотивации, анализа проблем поведения потребителей на рынке, формирования политики организации с учетом потребительских предпочтений.

3. Приобрести навыки в области формирования механизма потребительских предпочтений и искусственных потребительских мотиваций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Рассмотрение с критических позиций многочисленных научно-методических положений по управлению потребительскими предпочтениями, сформулированных различными отечественными и зарубежными учеными – экономистами, предоставляет возможность преподавателю отразить проблемный характер учебного материала, стимулировать творческий подход к поиску решений актуальных в современных условиях хозяйствования теоретических и методологических проблем изучаемой предметной области.

В результате освоения дисциплины «Управление потребительскими предпочтениями» обучающийся должен освоить следующие компетенции:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
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	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.	Знает: основные положения мотивационных концепций и управления потребительскими предпочтениями. Умеет: исследовать потребительские предпочтения. Владеет: методами анализа поведения экономических агентов и рынков.

<p>потребителями и стейкхолдерами, в процессе разработки, принятия и оценки управленческих решений).</p>	<p>ИК.ПК-2.3. Выстраивает взаимоотношения с потребителями, осуществляет настройку персонализированных коммуникаций с потребителями и их вовлечение во взаимодействие с брендом/организацией с использованием современных информационных технологий.</p>	<p>Знает: факторы лояльности в потреблении товаров и услуг, потребительские риски и потребительские практики при потреблении товаров и услуг. Умеет: разрабатывать программы продвижения ценностного предложения, лояльности потребителей, партнерских отношений с субъектами рынка; действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения. Владеет: навыками стратегического управления организацией и разработки ценностного предложения на основе потребительских предпочтений; навыками в области формирования механизма потребительских предпочтений.</p>
--	---	--

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Управление потребительскими предпочтениями» изучается на 1 курсе (Б.1.В.03).

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	4
Общая трудоемкость в часах	144
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	14
Лекции	8
Практические занятия	6
Самостоятельная работа в часах	118,65
Контроль	9
ИКР	2,35
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Количество часов
Лекции	8
Практические занятия	6
Экзамен	2,35
Всего	16,35

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

Таблица.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Название раздела, темы	Всего часов	Аудиторные занятия, ч.		Самостоятельная работа, ч.
			Лекции	Практические	
1	Потребитель в системе маркетинга	22,65	2	2	18,65
2	Влияние культуры на потребительское поведение	20			20
3.	Воздействие демографических и социальных факторов на поведение потребителей	20			20
4.	Индивидуальные характеристики, влияющие на поведение потребителей	22	2		20
5.	Побудительные факторы покупательского поведения	24	2	2	20
6.	Современные подходы к процессу управления поведением потребителей	24	2	2	20
	Контроль	9			
	ИКР	2,35			
	Итого	144			118,65

5.2.Содержание:

Тема 1. Потребитель в системе маркетинга

Поведение потребителей рассматривается как сознательные или интуитивные действия индивидуумов, семей или организаций при покупке товаров и услуг. Представляется общая характеристика поведения потребителей как фактора развития производства. Отмечается этапы развития теории потребительского поведения в России и за рубежом. Выделяются сегменты российского рынка, отмечаются принципы управления поведением потребителей.

Тема 2. Влияние культуры на потребительское поведение

Культура рассматривается как совокупность устойчивых форм социального взаимодействия, закрепленных в нормах и ценностях, средствах коммуникации, передающихся из поколения в поколение и проявляющихся в существовании относительно устойчивых моделей поведения. Отмечается структура культуры поведения, характеризуется процесс формирования культурных ценностей.

Тема 3. Воздействие демографических и социальных факторов на поведение потребителей

Изучается социальная структура российского общества и ее влияние на потребительское поведение, отмечаются особенности социальной стратификации и развития маркетинговой стратегии, обосновывается влияние социальных сегментов

Российской Федерации на товарную политику компаний. Характеризуется влияние референтных групп на поведение потребителей, отмечается зависимость влияния референтных групп от типа продукта и ситуации потребления, характеризуются формы виртуальных сообществ.

Тема 4. Индивидуальные характеристики, влияющие на поведение потребителей

Отмечаются особенности дифференциации потребителей по уровню доходов, рассматриваются поведенческие аспекты принятия экономических решений, характеризуются временные ресурсы потребителей, представляется классификация товаров в зависимости от их влияния на временные ресурсы потребителя. Выделяются виды познавательных ресурсов потребителя

Тема 5. Побудительные факторы покупательского поведения

Рассматривается мотивационный процесс в поведении потребителей, изучаются психологические и экономические теории мотивации, характеризуются познавательные процессы человека, выделяются особенности процесса обучения потребителя и формирования отношений потребителей.

Тема 6. Современные подходы к процессу управления поведением потребителей

Изучаются модели принятия потребительских решений традиционные, экономико-поведенческие, обобщенные. Рассматриваются модели принятия решений потребителями о покупке: модель Никосия, модель Говарда-Шета, модель Энджела-Коллата-Блэкуэла. Производится классификация моделей поведения потребителей в соответствии с этапами принятия решений, обосновываются региональные и географические отличия в потреблении. Выделяются особенности изучения поведения потребителей при ведении бизнеса в интернете.

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п.п.	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
Раздел I. Новая концепция маркетинга – маркетинг взаимоотношений					
1	Потребитель в системе маркетинга	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	18,65	Конспект предполагает изложение содержания учебного материала относительно влияния маркетинга на поведение потребителя, основных требований современного потребителя, сущности концепции «7Q» компании. Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы	Устный и письменный отчет, блиц-опрос

				магистрантам следует изучить результаты деятельности организации и выделить основные принципы управления поведением потребителей.	
2.	Влияние культуры на потребительское поведение	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	20	Конспект предполагает изложение содержания учебного материала в отношении составляющих культуры, взаимосвязи культуры и поведения потребителя, сущности межкультурного анализа. Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы магистрантам следует изучить деятельность организации и выявить особенности использования мифов в продвижении товаров.	письменный отчет
3.	Воздействие демографических и социальных факторов на поведение потребителей	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	20	Конспект предполагает изложение содержания учебного материала в отношении переменных, определяющих социальный класс, роли семьи в формировании потребительских предпочтений, особенностей персонального влияния на выбор. Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы магистрантам следует на	письменный отчет

				основе конкретных примеров определить особенности воздействия демографических и социальных факторов на поведение потребителей.	
4.	Индивидуальные характеристики, влияющие на поведение потребителей	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	20	Конспект предполагает изложение содержания учебного материала в отношении характеристики индивидуальных особенностей потребителей, взаимосвязи временных ресурсов с психологическими особенностями человека, способов привлечения внимания потребителей. Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы магистрантам следует выделить особенности влияния индивидуальных характеристик на поведение потребителей.	письменный отчет
5.	Побудительные факторы покупательского поведения	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	20	Конспект предполагает изложение содержания учебного материала в отношении элементов мотивационной сферы, психологических теорий мотивации, основных свойств внимания. Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках, и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы	Устный и письменный отчет, блиц-опрос

				магистрантам следует на основе имеющихся данных охарактеризовать побудительные факторы покупательского поведения.	
6.	Современные подходы к процессу управления поведением потребителей	Подготовка конспектов, решение кейс-ситуаций	20	Конспект предполагает изложения содержания учебного материала в отношении модели экономической перспективы Катоны, типов потребителей в соответствии с методикой VALS, CRM-системы маркетингового воздействия на потребителя. Кейсовый метод направлен на изучение конкретных ситуаций, связанных с реальной деятельностью хозяйствующих субъектов на конкретных рынках и поиск управленческих решений в соответствии с отмеченной проблемной областью. В рамках данной темы магистрантам следует определить ключевые элементы менеджмента отношений с клиентами.	Устный и письменный отчет, блиц-опрос

Таким образом, самостоятельная работа студентов по дисциплине «Управление потребительским поведением» предполагает блиц-опрос, подготовку конспектов практических занятий, решение разнообразных кейс-ситуаций, предложенных преподавателем на должном теоретико-методическом уровне в соответствии с предъявляемыми к ним требованиями.

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

Основная

1. История потребительской кооперации России: Учебник / Вахитов К.И., - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 400 с.: ISBN 978-5-394-02072-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/235625><http://znanium.com/catalog/product/235625>

2 Потребительский спрос в постиндустриальной экономике (теория и практика): Учебное пособие/Степанова Т. Е., Рыбалкина О. А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-009045-0 <http://znanium.com/catalog/product/520183>

3 Развитие внутреннего рынка потребительской кооперации: Монография / С.В. Максимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 363 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль; Экономика). (обложка) ISBN 978-5-16-006149-8 <http://znanium.com/catalog/product/366567>

Дополнительная

1. Горбунов, В.К. Потребительский спрос: аналитическая теория и приложения / В.К. Горбунов. - Ульяновск : Издательство УлГУ, 2015. - 261 с. - ISBN 978-5-88866-577-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=467601>

2. Воробьева, Л.В. Покупательские предпочтения / Л.В. Воробьева. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 37 с. - ISBN 978-5-905825-09-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97209>

3. Чудновский, Алексей Данилович. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. - М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. - 290 с. - (Бакалавриат). - Рекомендовано УМО. - Библиогр.: с. 287-290. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 200.00. 10

4. Горбунов, Владимир Константинович. Потребительский спрос : аналитическая теория и приложения : [монография] / В. К. Горбунов. - Ульяновск : УлГУ, 2015. - 261, [3] с. - Библиогр.: с. 251-261. - ISBN 978-5-88866-577-0 : 350.00. 1

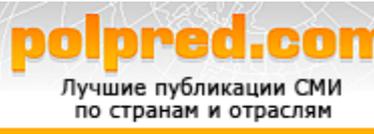
5. Свиридов, Николай Никитович. Управленческая экономика : [научно-методическое пособие] / Н. Н. Свиридов ; М-во образования и науки РФ, Костромской гос. ун-т им. Н. А. Некрасова. - Кострома : КГУ, 2012. - 178, [2] с. - Авт. указан на обл. - Библиогр.: с. 179. - ISBN 978-5-7591-1274-7 : 150.00. 5

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

Информационно-образовательные ресурсы: <http://ksu.edu.ru/nauchnaya-biblioteka/elektronnye-resursy/obrazovatelnye-internet-resursy.html>

 МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	1. Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации
	2. Образовательный портал Костромской области
 АКАДЕМИК	3. Сервис для поиска по базе словарей и энциклопедий "Академик" (Словари и энциклопедии)
	4. Сервис Яндекс Словари для поиска информации по сайтам справочного и энциклопедического содержания, а также по базе оцифрованных Яндексом словарей и справочников.
 GLOSSARIY.RU Всё очень серьёзно.	5. Образовательный портал «Глоссарий. ru» - служба тематических толковых словарей
	6. Научно-образовательный интернет-ресурс «Русская виртуальная библиотека» (РВБ)
	7. Электронная библиотека словарей русского языка «Slovari.ru».

	<p>1. Портал психологических изданий PsyJournals.ru предоставляет открытый доступ к статьям ведущих научных журналов по психологии. Открытый доступ к статьям научных журналов на портале психологических изданий PsyJournals.ru – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> • распространение результатов качественных научных исследований и эмпирических разработок в области гуманитарных и социальных дисциплин; • предоставление информации о научных достижениях и их потенциальной значимости в психологии и смежных дисциплинах; • поддержка мировых тенденций построения инфраструктуры открытого научного знания. <p>В открытом доступе находятся научные журналы с печатными версиями, электронные «open access» научные журналы, сборники конференций и отдельные информационные материалы.</p>
	<p>2. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) http://uisrussia.msu.ru создана и целенаправленно развивается как тематическая электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук. УИС РОССИЯ поддерживается на базе Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ имени М.В. Ломоносова. Доступ по логину и паролю или с ip университета. Логин и пароль можно получить в электронном читальном зале (корп.Б)</p>
	<p>3. Социальная сеть www.Science-Community.org предназначена для ученых стран СНГ. Она способствует развитию общения и сотрудничества между учеными пост-советского пространства.</p>
	<p>4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – это крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 14 миллионов научных статей и публикаций. На платформе eLIBRARY.RU доступны электронные версии более 2500 российских научно-технических журналов. Более 1300 журналов находятся в открытом доступе.</p>
	<p>«Национальный Электронно-Информационный Консорциум» (НП «НЭИКОН») - объединение организаций-пользователей электронной информации, - созданное для координации деятельности по электронной подписке. Цель НЭИКОН – объединение библиотек всех регионов России для создания равных и доступных условий обеспечения читателей научной информацией на постоянной основе.</p>
	<p>Научная педагогическая электронная библиотека (НПЭБ) —</p>

 <p>Научная педагогическая электронная библиотека</p>	<p>сетевая информационно-поисковая система Российской академии образования. НПЭБ является академической сетевой библиотекой, специализирующейся по педагогике и психологии. Она представляет собой многофункциональную полнотекстовую информационно-поисковую систему, обеспечивающую сбор, хранение и распространение информации в интересах научных психолого-педагогических исследований и образования.</p>
	<p>Архив важных публикаций собирается вручную. База данных с рубрикатором: 53 отрасли / 600 источников / 9 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 8000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам. Polpred.com открыт со всех компьютеров библиотеки и внутренней сети. Ссылка "Доступ из дома" в "шапке" polpred.com видна с ip-адресов библиотеки.</p>
	<p>Электронная библиотека РГБ состоит из четырех коллекций. Это <u>Универсальное собрание</u>, в котором находятся издания, вышедшие после 1830 года. Здесь широко представлены документы по истории и культуре России и по становлению российской государственности. В коллекцию <u>Редких книг</u> входят старопечатные издания (до 1830 г.) и книжные памятники позднейших эпох. <u>Электронная библиотека диссертаций</u> содержит около 365000 полных текстов диссертаций и авторефератов по всем специальностям, защищавшихся в СССР и в Российской Федерации. Фонд Электронной Ленинки включает копии документов, отсканированных в РГБ по различным проектам и в целях сохранности оригиналов (книги, периодические издания, карты, ноты, изобразительные материалы), аудиофайлы, электронные тексты из Интернета.</p>
	<p>Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" - это система тематических профессиональных сайтов, выполненных по сходному замыслу и работающих в единых стандартах обмена информацией. Это государственный информационный ресурс, созданный по заказу Министерства образования Российской Федерации в 2002 г. в рамках Федеральной целевой программы "Развитие единой образовательной информационной среды (2001-2005 годы)" (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 28 августа 2001 г. № 630).</p>
	<p><u>Образовательный математический сайт Exponenta.ru</u> - это открытый проект который поможет: - научить решать математические задачи в среде математических пакетов Mathcad, Matlab, Maple, Mathematica, Statistica и др.;</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - научить использовать компьютер и Интернет при решении математических задач; - показать возможности популярных математических пакетов для решения учебных и практических задач; - получить рекомендации, руководства по работе с математическими пакетами; - найти информацию об основных ресурсах российского Интернета, посвященных использованию математических пакетов в образовании и в науке; - преподавателям обменяться опытом использования компьютера в математическом образовании.
--	--

Электронные библиотечные системы:

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

Электронная библиотечная система	Общая характеристика	Условия доступа
<p style="text-align: center;">ЭБС «Университетская библиотека онлайн»</p> 	<p>ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - это электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам учебной и научной литературы по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств. Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, иллюстрированные издания по искусству, литературу non-фикшн, художественную литературу. Каталог изданий систематически пополняется новой актуальной литературой и в настоящее время содержит почти 100 тыс. наименований.</p> <p>Сайт ЭБС создавался с учетом обеспечения комфортного чтения всеми пользователями, в том числе и людьми с особыми потребностями. Сегодня он полностью соответствует «Национальному стандарту РФ, ГОСТ 52872-2012, Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению», в котором закреплены четыре базовых принципа: воспринимаемость, управляемость, понятность, надежность. В ЭБС представлена медиатека, которая включает в себя около 3000 тематических аудиокниг различных издательств. Аудиоучебник - один из основных актуальных инструментов образовательного процесса лиц</p>	<p>Доступ разрешён с любого ПК или мобильного устройства в сети интернет, авторизация происходит по логину и паролю. Логин и пароль пользователь указывает самостоятельно при регистрации учетной записи на biblioclub.ru.</p>

<p>ЭБС «Znanium.com.»</p> 	<p>с ограниченными возможностями</p> <p>Электронно-библиотечная система Znanium.com предоставляет зарегистрированным пользователям круглосуточный доступ к электронным изданиям из любой точки мира посредством сети Интернет. Для работы в электронной библиотеке можно использовать ПК и ноутбуки под управлением OS Windows и Linux, а также планшетные компьютеры на iOS и Android. Установки специального программного обеспечения не требуется. Рекомендованные браузеры для использования: Mozilla Firefox, Safari. Фонд ЭБС Znanium.com постоянно пополняется электронными версиями изданий, публикуемых Научно-издательским центром ИНФРА-М, коллекциями книг и журналов других российских издательств, а также произведениями отдельных авторов. ЭБС Znanium.com заработала адаптивная версия сайта для слабовидящих. Это версия не требует установки специальных приложений, разработана с учетом основных положений ГОСТ Р 52872-2012</p>	<p>Доступ разрешён с любого ПК или мобильного устройства в сети интернет, авторизация происходит по логину и паролю. Логин, пароль и номер абонента при первоначальной регистрации необходимо получить в Научной библиотеки КГУ и пройти процедуру самостоятельной регистрации на Znanium.com. Регистрация должна осуществляться с ПК или других мобильных устройств подключенных к ЛВС университета.</p>
<p>ЭБС «Лань»</p> 	<p>Электронно-библиотечная система (ЭБС) <u>Лань</u> — это ресурс, включающий в себя как электронные версии книг ведущих издательств учебной и научной литературы (в том числе университетских издательств), так и электронные версии периодических изданий по различным областям знаний. Особое внимание уделяется контенту, представленному на платформе ЭБС. Благодаря тщательному отбору пользователям доступна качественная учебная литература, которая является неотъемлемой частью образовательных процессов во многих учебных заведениях. Цель создания ресурса — обеспечение высших и средних профессиональных учебных заведений, научно-исследовательских организаций, научных и универсальных библиотек доступом к научной, учебной литературе и научной периодике по максимальному количеству профильных направлений, поэтому ассортимент электронно-библиотечной системы постоянно расширяется.</p> <p>Адаптированная версия ЭБС «Лань», для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (специальные приложения с функцией</p>	<p>Доступ разрешён с любого ПК или мобильного устройства в сети интернет, авторизация происходит по логину и паролю. Логин и пароль пользователь указывает самостоятельно при регистрации учетной записи на e.lanbook.com. Регистрация должна осуществляться с ПК или других мобильных устройств подключенных к ЛВС университета.</p>

	<p>озвучивания текста Google Play, Apple Store) Интернет-ресурс включает электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы, аудиокниги, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. Мобильное приложение ЭБС «Лань» с интегрированным синтезатором речи позволяет незрячим студентам работать с книгами. Незрячие пользователи могут осуществлять навигацию как внутри каталога ЭБС, так и по тексту книги, переходить по предложениям, абзацам и главам книги. Все книги, предназначенные для прослушивания с помощью синтезатора речи и навигации по ним, проходят специальную корректуру в текстовом редакторе и верстку для перевода в формате epub.</p>	
--	---	--

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, 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

