

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Направление подготовки 19.03.04. – «Технология продукции и организация
общественного питания»

Направленность – «Ресторанное дело»

Квалификация (степень) выпускника: *бакалавр*

Кострома 2023

Рабочая программа дисциплины «Поведение потребителей» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 19.03.04. – «Технология продукции и организация общественного питания», утвержденным приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 17.08.2020 № 1047

- в соответствии с учебным планом направления подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, направленность Ресторанное дело.

Разработал: Иванова Ольга Владимировна, доцент кафедры ДТМиЭПТ, к.т.н.

Рецензенты: Костюкова Юлия Алексеевна, доцент кафедры ДТМиЭПТ, к.т.н.

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 13 от 11.06.2021 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 8 от 18.03.2022г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 9 от 03.04.2023 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

Изучение теоретико-методологических оснований поведения потребителей, методов управления поведением потребителей на рынке товаров / услуг в современных условиях.

Задачи дисциплины:

Приобретение теоретического и практического опыта работы с различными группами потребителей, воздействия на них с помощью средств маркетинговых коммуникаций. Разработка методологии и методики исследования поведения потребителей, использование адекватных методов анализа и интерпретации их результатов.

Дисциплина направлена на гражданское, патриотическое, профессионально-трудовое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных воспитательных технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-7. Способен владеть навыками использования новой информации в области развития потребительского рынка, его сегментации, творческого мышления и продвижения перспективных проектов.	ИД 1-ПК-7 Знать современные тенденции развития потребительского рынка и его сегментации ИД 2-ПК-7 Знать принципы и методы организации системы контроля работы персонала предприятий питания ИД 3-ПК-7 Владеть навыками творческого мышления при реализации и продвижении перспективных проектов ИД 4-ПК-7 Уметь осуществлять стратегическое и тактическое планирование, разрабатывать перспективные проекты предприятий питания с учетом потребительского рынка и его сегментации

знать:

основные методы исследования поведения потребителей;
модели принятия решений о покупке потребителем,
основы анализа поведения потребителей;
теоретические основы, современные концепции, модели поведения потребителей;
комплекс внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;

уметь:

проводить исследования и анализ специфики поведения потребителей в условиях развития рыночных отношений в России;
определять, кто принимает решение, какие существуют типы решений о покупке и этапы процесса принятия решения в области развития индустрии питания и гостеприимства;
проводить маркетинговые исследования поведения потребителей;

проводить анализ поведения потребителей;

владеть:

навыками разработки методологии и методики исследования поведения потребителей;
навыками решения конкретных маркетинговых задач в части поиска, выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка;
навыками использования адекватных методов анализа и интерпретации их результатов.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к блоку дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений, изучается в соответствии с учебным планом направления: для очной/заочной формы обучения в 4 семестре/2 курсе.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Технология урегулирования конфликтов на предприятиях питания, Психология личности и группы.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Продвижение и конкурентоспособность предприятий питания, Проектная деятельность, Маркетинговая деятельность и бизнес-планирование, Основы интернет-маркетинга и продвижения товара.

4. Объем дисциплины (модуля)

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

Виды учебной работы	Очная форма	Заочная форма
Семестр	4	4
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2	2
Общая трудоемкость в часах	72	72
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	32	10
Лекции	16	6
Практические занятия		
Лабораторные занятия	16	4
Практическая подготовка		
ИКР	0,25	0,25
Самостоятельная работа в часах+ контроль	39,75	57,75+4
Форма промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Заочная форма
Семестр	4	4
Лекции	16	6
Практические занятия	-	-
Лабораторные занятия	16	4
Консультации	-	-
Зачет/зачеты	0,25	0,25
Экзамен/экзамены	-	-

Курсовые работы	-	-
Курсовые проекты	-	-
Практическая подготовка	-	-
Всего	32,25	10,25

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

5.1. Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
Семестр 4 (очная форма)						
1	Раздел 1. Поведение потребителей и маркетинг					
1.1	Эволюция поведения потребителей	5	1		1	3
1.2	Потребности потребителей	5	1		1	3
1.3	Сегментация рынка	6	1		2	3
2	Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей					
2.1	Кросс-культурные вариации в поведении потребителей	6	2		1	3
2.2	Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации	6	1		2	3
2.3	Потребительское поведение семьи и домохозяйства	5	1		1	3
	Раздел 3. Внутренние факторы поведения потребителей					
3.1	Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие	6	1		2	3
3.2	Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация	6	2		1	3
3.3	Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение	4	1		1	3
	Раздел 4. Процесс принятия решение потребителем					
4.1	Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке	7	2		2	3
4.2	Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку	5	2		1	3
4.3	Консьюмеризм	9,75	1		1	7,75
	Итого		16		16	39,75
	Зачет					
	ИКР					0,25
	Всего	72	16		16	40
Курс 4 (заочная форма)						
1	Раздел 1. Поведение потребителей и маркетинг					
1.1	Эволюция поведения потребителей	9	0,5			4
1.2	Потребности потребителей	9	0,5		1	4
1.3	Сегментация рынка	8	0,5		1	4
2	Раздел 2. Факторы внешнего влия-					

	ния на поведение потребителей					
2.1	Кросс-культурные вариации в поведении потребителей	9	0,5			4
2.2	Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации	9	0,5		1	4
2.3	Потребительское поведение семьи и домохозяйства	7,5	0,5			4
	Раздел 3. Внутренние факторы поведения потребителей					
3.1	Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие	10	0,5			4
3.2	Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация	8,5	0,5			4
3.3	Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение	8,5	0,5			4
	Раздел 4. Процесс принятия решение потребителем					
4.1	Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке	8,5	0,5		1	4
4.2	Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку	8,5	0,5			9
4.3	Консюмеризм	8,5	0,5			8,75
	Итого	10	6		4	57,75
	Зачет					
	Контроль	4				4
	ИКР					0,25
	Всего	72	6		4	62

5.2. Содержание:

Раздел 1. Поведение потребителей и маркетинг

Эволюция поведения потребителей.

Потребности потребителей.

Сегментация рынка.

Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей

Кросс-культурные вариации в поведении потребителей.

Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации.

Потребительское поведение семьи и домохозяйства.

Раздел 3. Внутренние факторы поведения потребителей

Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие

Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация

Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение

Раздел 4. Процесс принятия решение потребителем

Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке.

Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку.

Консюмеризм.

**Методические материалы для обучающихся
по освоению дисциплины
6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)**

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Рекомендуемая литература	Форма контроля
Семестр 4 (очная форма)					
1	Раздел 1. Поведение потребителей и маркетинг			1-4,5-7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.1	Эволюция поведения потребителей	Основные методы исследования поведения потребителей	3	1-4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.2	Потребности потребителей	Теории потребностей	3	4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.3	Сегментация рынка	Принципы сегментации. Критерии и факторы	3	5,7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2	Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей			1-4,5-7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.1	Кросс-культурные вариации в поведении потребителей	модели принятия решений о покупке потребителем,	3	1-3 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.2	Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации	основы анализа поведения потребителей;	3	4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.3	Потребительское поведение семьи и домохозяйства	теоретические основы, современные концепции, модели поведения потребителей;	3	6 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
	Раздел 3. Внутренние факторы поведения потребителей			1-4,5-7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
3.1	Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие	комплекс внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;	3	1-4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
3.2	Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация	комплекс внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;	3	4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
3.3	Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение	Изучение материала	3	5,7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы

	Раздел 4. Процесс принятия решение потребителем			1-4,5-7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.1	Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке	Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке	3	1-3 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.2	Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку	Информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку	3	4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.3	Консюмеризм	Теория консюмеризма	7,75	6 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
	Зачет			1-4,5-7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	зачет
	Всего		39,75		
Курс 2 (заочная форма)					
1	Раздел 1. Поведение потребителей и маркетинг			1-4,5-7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.1	Эволюция поведения потребителей	Основные методы исследования поведения потребителей	4	1-4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.2	Потребности потребителей	Теории потребностей	4	4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.3	Сегментация рынка	Принципы сегментации. Критерии и факторы	4	5,7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2	Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей			1-4,5-7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.1	Кросс-культурные вариации в поведении потребителей	модели принятия решений о покупке потребителем,	4	1-3 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.2	Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации	основы анализа поведения потребителей;	4	4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.3	Потребительское поведение семьи и домохозяйства	теоретические основы, современные концепции, модели поведения потребителей;	4	6 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
	Раздел 3. Внутренние факторы поведения потребителей			1-4,5-7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы

3.1	Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие	комплекс внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;	4	1-4,5-7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
3.2	Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация	комплекс внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;	4	1-4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
3.3	Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение	Изучение материала	4	4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
	Раздел 4. Процесс принятия решение потребителем			5,7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.1	Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке	Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке	4	1-4,5-7 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.2	Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку	Информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку	9	1-3 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.3	Консюмеризм	Теория консюмеризма	8,75	1-4 Материалы ЭБС http://foodsmi.com/	Письменный опрос, защита лабораторной работы
	Зачет				зачет
	Всего		57,75		

6.2. Тематика и задания для практических занятий

Не предусмотрено

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Эволюция поведения потребителей

Потребности потребителей

Сегментация рынка

Кросс-культурные вариации в поведении потребителей

Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации

Потребительское поведение семьи и домохозяйства

Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие

Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация

Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение

Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке

Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку

Консюмеризм

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены

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

Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
<i>а) основная:</i>	
1. Наумов, В. Н. Поведение потребителей : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 345 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1014653. - ISBN 978-5-16-015021-5. - Текст : электронный. - URL:	https://znanium.com/catalog/product/1014653 (дата обращения: 27.10.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1853536 (дата обращения: 27.10.2022). – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/product/1853536 (дата обращения: 27.10.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : учеб. пособие / Л.С. Драганчук. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 192 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009837-1. - Текст : электронный. - URL:	https://znanium.com/catalog/product/949261 (дата обращения: 27.10.2022). – Режим доступа: по подписке.
Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 278 с. - ISBN 978-5-394-03521-0. - Текст : электронный. - URL:	https://znanium.com/catalog/product/1093455 (дата обращения: 27.10.2022). – Режим доступа: по подписке.
<i>б) дополнительная:</i>	
5. Казаков, С. П. Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме : монография / С.П. Казаков. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 98 с. — (Научная мысль). — DOI: https://doi.org/10.12737/7348 . - ISBN 978-5-369-01453-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1861350 (дата обращения: 27.10.2022). – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/product/1861350 (дата обращения: 27.10.2022). – Режим доступа: по подписке.
6. Денисова, Е.С. Поведение потребителей : учебно-практическое пособие / Е.С. Денисова. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 168 с. - ISBN 978-5-374-00400-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90986
7. Макарова, Т.Н. Поведение потребителей : практикум / Т.Н. Макарова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 66 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-4621-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863
Периодические издания	
1. Современный ресторан 2. Магазин. Ресторан. Отель 3. Гостиница и ресторан: дизайн и интерьер 4. ШЕФ. Ресторатор 5. Ресторатор 6. Ресторанные ведомости 7. Гостиница и ресторан: бизнес и управление	Доступные в базе «МАРС»

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Информация о курсе дисциплины в СДО:

Элемент «Лекции»;

Элемент «Лабораторные занятия»;

Элемент «Самостоятельная работа»;

Элемент «Список рекомендуемой литературы»;

Элемент «Промежуточная аттестация»;

Элемент «Обратная связь с обучающимися».

Информационно-образовательные ресурсы:

1. База данных стандартов и регламентов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) - <http://www.gost.ru>
2. Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL: <http://vsegost.com/>
3. Портал пищевой промышленности [Электронный ресурс], URL <http://foodsmi.com/>
4. Топ 10 инструментов для отслеживания поведения потребителей [Электронный ресурс] <https://geniusmarketing.me/lab/top-10-instrumentov-dlya-otslezhivaniya-povedeniya-polzovatelej-na-sajte/>
5. Сетевое издание «ГАСТРОНОМЪ.RU». - <https://www.gastronom.ru>
6. Портал пищевой промышленности <https://foodsmi.com>
7. Портал Здоровое - питание <https://здоровое-питание.рф>

Электронные библиотечные системы:

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

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Гл-406 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)</p>	<p>Столы, стулья для обучающихся (посадочные места на 32 студента); стол, стул для преподавателя; доска. Портативное видеопрезентационное оборудование: Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/); Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения+комплект колонок VENSPS-70.</p>	<p>Windows 7 Professional по лицензии OEM Software (поставщик ООО «Системный интегратор», договор № 22 ГК от 16.12.2016 г.) Свободно распространяемое программное обеспечение: LibreOffice (тип лицензии - GNU LGPL v3+). Антивирус Касперского Лицензия 1c06-141124-06444</p>
<p>Гл – 404 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)</p>	<p>Портативное видеопрезентационное оборудование: Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/); Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения+комплект колонок SVEN SPS-70. Переносной экран, рабочая доска. Столы, стулья для обучающихся (посадочные места на 22 студента); стол, стул для преподавателя; доска.</p>	
<p>Гл – 314 – компьютерный класс для проведения практических и лабораторных занятий, помещения для самостоятельной</p>	<p>Монитор LCD 19`` ACEL AL191 BAS (1280*1024 8 ms silver-black) -7 шт. Системный блок ПК R-STYLE Proxima MC 833 Core Quad Q6600-7 шт. ПЭВМ в к-те: Системный блок ПК R-Style Proxima MC 833 Core Quad Q6600 Монитор 19`` Acer V 193 -1 шт. Портативное видеопрезентационное оборудование: Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (In-</p>	

<p>работы (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)</p>	<p>tel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD- RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi- Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/Windows 8.1 64- bit); Проектор Aser P-series, переносной экран Столы, стулья для обучающихся (посадочные места на 20 студентов), компьютерных столов 8 шт; стол, стул для преподавателя; доска передвижная и стационарная меловая.</p>
---	---