Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный педагогический университет
имени И.Н. Ульянова»
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Факультет историко-филологический
Кафедра философии и культурологии

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ С.Н. Титов
«25» июня 2021 г.

МАРКЕТИНГ В ЭКСКУРСИОННОЙ СФЕРЕ

Программа учебной дисциплины

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки
51.04.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

направленность (профиль) образовательной программы:
Экскурсионный менеджмент

(заочная форма обучения)

Составитель: Бурдин Е.А., д-р истор. наук, профессор кафедры философии и культурологии

Рассмотрено и утверждено на заседании учёного совета историко-филологического факультета, протокол от «21» июня 2021 г. № 6

Ульяновск, 2021

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01D77C644FC1E54000000006381D0002
Владелец: Титов Сергей Николаевич
Действителен: с 19.07.2021 до 19.07.2022

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг в экскурсионной сфере» относится к формируемой участниками образовательных отношенийчасти Блока 1. Дисциплины (модули) учебного плана основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки 51.04.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, направленность (профиль) образовательной программы «Экскурсионный менеджмент», заочной формы обучения.

Дисциплина опирается на теоретические и исторические знания, полученные в рамках общих историко-культурных курсов и спецкурсов магистратуры, логически связана с дисциплинами по менеджменту в сфере культуры, дает возможность существенно расширить умения по маркетинговой деятельности в экскурсионной сфере.

1.Перечень планируемых результатов (образовательных результатов)обучения по дисциплине

Цель преподаваниядисциплины –освоение знаний, методов и методик организации экскурсионной деятельности на основе принципов маркетинга.

Задача преподавания дисциплины– формирование умений организации экскурсионной деятельности на основе принципов маркетинга.

В результате освоения программы магистратурыобучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Маркетинг в экскурсионной сфере»(в таблице представлено соотнесение образовательных результатов обучения по дисциплине с индикаторами достижения компетенций):

Компетенция и индикаторы её достижения в дисциплине	Образовательные результаты дисциплины (этапы формирования дисциплины)		
	знает	умеет	владеет
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий. УК-1.1. Знает методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления. УК-1.2. Умеет обосновывать, формулировать и решать задачи, возникающие в процессе научно-исследовательской, экспертно-консультационной деятельности.	ОР-1. Особенности подготовки и проведения экскурсий.	ОР-2. Оценивать условия организации экскурсионной деятельности.	
ПК-6. Способностью	ОР-4. Особенности	ОР-5. В сфере своей	

оценивать условия и прогнозировать последствия принимаемых организационно-управленческих решений. ПК-6.1. Знает социокультурные особенности развития субъектов РФ; и региональные концепции развития культуры. ПК-6.2. Умеет прогнозировать экономическую ситуацию, оказывающую воздействие на управленческие решения.	маркетинговой стратегии руководителя в экскурсионной сфере в условиях этнических, конфессиональных и культурных различий.	профессиональной деятельности толерантно воспринимать и учитывать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в экскурсионной сфере.	

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Номер семестра	Учебные занятия					Экзамен	Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час	Самостоятельная работа, час		
	Трудоемк.						
	Зач. ед.	Часы					
2	4	144	4	12	119	9	экзамен
Итого	4	144	4	12	119	9	экзамен

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.

3.1.Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

	Количество часов

Наименование тем	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Тема 1. Маркетинг как инструмент развития экскурсионной деятельности	2	2	22
Тема 2. Маркетинговые исследования в сфере экскурсионной деятельности	2	2	22
Тема 3. Формирование маркетинговой стратегии в экскурсионной сфере.		4	22
Тема 4. Комплекс основных маркетинговых коммуникаций.		4	22
Всего	4	12	119

3.2. Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины

Тема 1. Маркетинг как инструмент развития экскурсионной деятельности.

Основные понятия маркетинга: классификация рынков (рынок товаров, услуг, труда). Понятие и специфика маркетинга услуг. Сущность и содержание маркетинга в экскурсионной сфере. Экспертные оценки как источники маркетинговой информации. Методы экспертных оценок (анкетирование и интервьюирование). Система анализа маркетинговой информации. Особенности действий в нестандартных ситуациях. Социальная и этическая ответственность за принятые решения.

Тема 2.Маркетинговые исследования в сфере экскурсионной деятельности.

Задачи и главные принципы проведения маркетинговых исследований в сфере экскурсионных услуг. Экскурсионный рынок и его основные признаки. Конъюктурообразующие факторы, влияющие на развитие рынка. Этапы изучения конъюнктуры экскурсионно-туристического рынка. Уровни емкости рынка (возможный и реальный). Конкурентная среда экскурсионно-туристической сферы. Прогнозирование нестандартных ситуаций в экскурсионной деятельности и применение полученных знаний для их урегулирования.

Тема 3.Формирование маркетинговой стратегии в экскурсионной сфере.

Сегментация рынка. Выбор целевого рынка. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений. Позиционирование товара на рынке. Сущность и порядок стратегического маркетингового планирования. Выбор и оценка маркетинговой стратегии. Маркетинговая стратегия в сфере экскурсионной деятельности, учитывая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Тема 4. **Комплекс основных маркетинговых коммуникаций**

Система маркетинговых связей. Основные средства воздействия: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личная продажа. Реклама как наиболее значимый элемент коммуникационного комплекса. Функции реформирования и убеждения. Паблик рилейшнз и паблисити в рекламных целях. Персональные (прямые) продажи – важная статья маркетингового плана.

4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся является особой формой организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательно, организационно и методически направляемую деятельность, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. Самостоятельная работа обучающихся является составной частью учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, а также выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям и промежуточной аттестации. Она предусматривает, как правило, разработку рефератов, написание докладов, выполнение творческих, индивидуальных заданий в соответствии с учебной программой (тематическим планом изучения дисциплины). Тема для такого выступления может быть предложена преподавателем или избрана самим обучающимся, но материал выступления не должен дублировать лекционный материал. Реферативный материал служит дополнительной информацией для работы на практических занятиях. Основная цель данного вида работы состоит в обучении магистрантов методам самостоятельной работы с учебным материалом. Для полноты усвоения тем, вынесенных в практические занятия, требуется работа с первоисточниками. Курс предусматривает самостоятельную работу обучающихся со специальной литературой. Следует отметить, что самостоятельная работа результативна лишь тогда, когда она выполняется систематически, планомерно и целенаправленно.

Общий объем самостоятельной работы магистрантов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу в течение семестра.

Общий объем самостоятельной работы по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения оценочных средств по дисциплине, которые включают экспресс-опрос, круглый стол, групповое обсуждение, мозговой штурм, дискуссию.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- подготовки к устным докладам с презентацией;
- выполнение контрольной работы.

Примерный перечень тем контрольных работ

1. Выбор источников финансирования в экскурсионно-туристической сфере.
2. Методы выбора эффективных направлений предпринимательской деятельности в экскурсионной сфере.
3. Методы эффективной организации продаж в экскурсионно-туристической сфере.
4. Организация агентской сети и направления эффективных коммуникаций на рынке услуг.
5. Методы привлечения инвестиций и финансовое планирование в бизнес-проектах.
6. Методы контроля и оценки эффективности бизнес-планов в экскурсионно-туристической сфере.
7. Современные методы стратегического менеджмента, маркетинга, финансового планирования.
8. HR-менеджмент в разработке и реализации бизнес-проектов на рынке экскурсионного бизнеса и развлекательных комплексов.
9. Определение и выбор целевой ориентации бизнес-плана.
10. Меры для снижения коммерческих рисков.

Для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине рекомендуется использовать учебно-методические материалы:

1. Зорин А.Н. Интерактивно-тестовый контроль образовательных результатов в преподавании социально-гуманитарных дисциплин: учебно-методические рекомендации. –

Ульяновск: УлГПУ, 2017. – 25 с. – URL: http://els.ulspu.ru/?song_lyric=%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE-%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C-%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0.

2. Мальцева А.П. Устная работа студентов на семинарских занятиях по социально-гуманитарным дисциплинам. – Ульяновск: УлГПУ, 2017. – 20 с. – URL: http://els.ulspu.ru/?song_lyric=%D1%83%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0-%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%B2-%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%80%D1%81%D0%BA.

3. Кривошеева И.В. Маркетинг в экскурсионной сфере: методические рекомендации. – Ульяновск: ФГБОУ ВО "УлГПУ им. И. Н. Ульянова", 2016. – 30 с. -URL: http://els.ulspu.ru/?song_lyric=%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3-%D0%B2-%D1%8D%D0%BA%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5.

5. Примерные оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Организация и проведение аттестации обучающегося

ФГОС ВО в соответствии с принципами Болонского процесса ориентированы преимущественно не на сообщение магистранту комплекса теоретических знаний, но на выработку компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки магистранта необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентностного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

Цель проведения аттестации – проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра (экзамен) и завершает изучение дисциплины; помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных профессиональных компетенций.

№ п/п	**СРЕДСТВА ОЦЕНИВАНИЯ,** используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Образовательные результаты дисциплины
	Оценочные средства для текущей аттестации ОС-1 Анализ терминов и понятий (контрольный тест) ОС-2 Анализ и оценка маркетинговых исследований в сфере экскурсионной деятельности (Круглый стол, темы обсуждений) ОС-3 Групповое обсуждение формирования	ОР-1. Особенности подготовки и проведения экскурсий. ОР-2. Оценивать условия организации экскурсионной деятельности. ОР-3. Особенности маркетинговой стратегии руководителя в экскурсионной сфере в условиях этнических, конфессиональных и культурных различий.

	маркетинговой стратегии. ОС-4. Опыт осуществления рекламы и персональных продаж (практическое задание).	ОР-4. В сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать и учитывать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в экскурсионной сфере.
	Оценочные средства для промежуточной аттестации ОС-5 Экзамен в форме устного собеседования по вопросам	

Описание оценочных средств, процедуры и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы представлены в Фонде оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

Материалы, используемые для текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.5 программы.

Материалы, используемые для промежуточного контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

ОС-5 Экзамен в форме устного собеседования по вопросам

Примерный перечень вопросов к экзамену

1.Сущность и значение маркетинга в экскурсионной сфере.
2. Цели, задачи и структура бизнес-планов в экскурсионной сфере.
3. Приемы маркетинга турпродукта.
4. Целевой рынок в экскурсионно-туристической сфере.
5. Уровень спроса и возможности его регулировки.
6. Фирменный стиль и проблемы его разработки.
7. Торговые посредники в сфере экскурсионно-туристических услуг.
8. Каналы неличной коммуникации в экскурсионно-туристической сфере.
9. Ремартинг в экскурсионно-туристической сфере.
10. Система маркетинговых коммуникаций в экскурсионно-туристической сфере.
11. Товарные стратегии в экскурсионно-туристической сфере.
12. Разработка эффективных методов продвижения услуг и их продажи.
13. Основные способы контролировать и оперативно регулировать реализацию бизнес- плана в соответствии с изменениями ситуации на рынке экскурсионного сервиса и туруслуг.
14. Значение и виды рекламы в сфере туризма.
15. Особенности бизнес-планирования в сфере турбизнеса и экскурсионного сервиса.
16. Разработка нового продукта в экскурсионно-туристической сфере.
17. Приёмы и способы стимулирования сбыта экскурсионно-туристических услуг.
18.Персональные продажи (прямые продажи) в индустрии туризма как важный элемент коммуникационного маркетингового комплекса.

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных баллов в течение семестра.

Критерии оценивания знаний магистрантов по дисциплине

Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

		Посещение	Посещение	Работа на	Экзамен

		лекций	практических занятий	практических занятиях	
2 семестр	Разбалловка по видам работ	2 х 1=2 балла	6 х 1=6 баллов	296 баллов max	96 баллов
	Суммарный макс. балл	2 балла max	6 баллов max	296 баллов max	400 баллов max

Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины обучающийся набирает определённое количество баллов, которое оценивается согласно следующей таблице:

	Баллы (4 ЗЕ)
«отлично»	361-400
«хорошо»	281-360
«удовлетворительно»	201-280
«неудовлетворительно»	менее 200

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на лабораторных занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удается осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу магистрантов, рекомендуя ту или иную литературу.Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

Практическое занятие включает в себя два вида работ: подготовку сообщения и участие в обсуждении проблемы, затронутой сообщением. Основной вид работы на занятии – участие в обсуждении проблемы.

Правила поведения на практических занятиях:

1. Необходимо являться с запасом сформулированных идей.

2. Выступления должны быть по возможности компактными и в то же время вразумительными. Старайтесь не перебивать говорящего, это некорректно; замечания, возражения и дополнения следуют обычно по окончании текущего выступления.

На практическом занятии идёт проверка степени проникновения в суть материала, обсуждаемой проблемы. Поэтому беседа будет идти не по содержанию прочитанных работ; преподаватель будет ставить проблемные вопросы.

По окончании практического занятия к нему следует обратиться ещё раз, повторив сделанные выводы, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе – для этого в течение занятия следует делать небольшие пометки. Таким образом, практическое занятие не пройдёт даром, закрепление результатов занятия ведёт к лучшему усвоению материала изученной темы и лучшей ориентации в структуре курса. Вышеприведённая процедура должна практиковаться регулярно – стабильная и прилежная работа в течение семестра будет залогом успеха на сессии.

Планы практических занятий:

Практическое занятие № 1.Маркетинг как инструмент развития экскурсионной деятельности.

Вопросы:
1. Сущность и содержание маркетинга в экскурсионной сфере.
2. Основные понятия маркетинга;
3. Понятие и специфика маркетинга услуг;
4. Классификация рынков (рынок товаров, услуг, труда).
План работы на занятии:
1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (заслушивание докладов, просмотр презентаций и т.д.);
3. Подведение итогов.
4. Задание для внеаудиторной работы.

Практическое занятие № 2 Маркетинговые исследования в сфере экскурсионной деятельности.
Вопросы:
1. Экскурсионный ранок и его основные признаки;
2. Методы экспертных оценок (анкетирование и интервьюирование);
3. Система анализа маркетинговой информации;
4. Конъюктурообразующие факторы, влияющие на развитие рынка.
План работы на занятии:
1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (заслушивание докладов, просмотр презентаций и т.д.);
3. Подведение итогов.
4. Задание для внеаудиторной работы.

Практическое занятие № 3. Формирование маркетинговой стратегии.
Вопросы:
1. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений. Позиционирование товара на рынке.
2. Сущность и порядок стратегического маркетингового планирования.
3. Выбор и оценка маркетинговой стратегии (на примере различных экусуксионно-туритическихорганизаций)
План работы на занятии:
1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (заслушивание докладов, просмотр презентаций и т.д.);
3. Подведение итогов.
4. Задание для внеаудиторной работы.

Практическое занятие № 4. Система маркетинговых связей.
Вопросы:
1. Реклама как наиболее значимый элемент коммуникационного комплекса: привести примеры.
2. Паблик рилейшнз и паблисити.
3. Персональные продажи – важная статья маркетингового плана.
План работы на занятии:
1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (заслушивание докладов, просмотр презентаций и т.д.);
3. Подведение итогов.
4. Задание для внеаудиторной работы.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 214 с. – URL: http://znanium.com/go.php?id=1072121.

2. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: учебное пособие. – М.: Дашков и К°, 2018. – 148 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573185.

3. Юмашева И.А. Маркетинг туризма. – Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 210 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577860.

Дополнительная литература

1. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 292 с. - URL: http://znanium.com/go.php?id=472903.

2. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 192 с. – URL: http://znanium.com/catalog/document?id=361221.

3. Реброва Н.П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты: учебное пособие. – М.: Прометей, 2020. – 159 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089.

Электронные библиотечные системы (ЭБС),
с которыми сотрудничает «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»

№	Название ЭБС	№, дата договора	Срок использования	Количество пользователей
1	«ЭБС ZNANIUM.COM»	Договор № 990 от 24.04.2020	с 01.06.2020 по 31.05.2021	8 000
2	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (+коллекция Мультимедиа-Аудиокниги для инклюзивного образования)	Договор № 1638 от 23.09.2020	с 22.11.2020 по 21.11.2021	8 000
3	ООО «ИВИС»	Договор № 500 от 19.02.2020	с 19.02.2020 до 19.02.2021	100%
4	ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» Коллекция «Легендарные книги»	Договор № 2816 от 27.11.2019	с 13.12.2019 по 13.12.2020 с последующей пролонгацией на каждый последующий год	100%
5	ЭБС Лань» коллекция «Искусствоведение-Издательство Планета музыки» (+произведения для лиц с проблемами зрения)	Договор № 758 от 20.03.2020	с 20.03.20 по 20.03.21	100%
6	ООО «Издательство Лань» Сетевой педагогический университет	Договор № ЭБ СПУ 1678 от 31.05.2018	с 31.05.18 до 31.12.2021 с последующей пролонгацией на каждый последующий	100%

			год	
7	Национальная электронная библиотека	Договор № 101/НЭБ/6623 от 25.02.2020	С 25.02.20 по 25.02.25 с последующей пролонгацией на следующие 5 лет	100%
8	ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа» ЭБС IPRbooks Доступ к произведениям НОП «Открытое педагогическое образование» (научно-образовательной платформы ЭБС)	Соглашение № 7398/20 от 12.11.2020	С 12.11.2020 по 12.11.2020 с последующей пролонгацией на следующие 5 лет	100%

Интернет-ресурсы

- Особенности использования средств маркетинга в экскурсионной деятельности [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://sibac.info/studconf/science/xxv/81172.
- Экскурсионная деятельность [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/ekskursionnaya-deyatelnost.html
- Экскурсионная деятельность [Электронный ресурс]. Режим доступа:http://vokrug-sveta.com.ua/kifiyak-ekskyrsionnaya-deyateljnostj.html.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

* Архиватор 7-Zip,
* Антивирус Dr.WebDesktopSecuritySuite, лицензия LBW-BC-24M-351-A1, договор №0368100013820000060 от 25.01.2021 г., действующая лицензия,
* Операционная система WindowsPro 7 RUSUpgrdOLPNLAcdmc,
* Офисныйпакетпрограмм Microsoft Office Professional 2013 OLP NL Academic,
* Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView,
* Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI,
* Браузер GoogleChrome.

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

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	**Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**	**Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа**
ул. Корюкина, дом 2/9. Аудитория № 21 Аудитория для лекционных и практических занятий.	1. Стол ученический 2-местный – 28 шт. 2. Стул ученический – 55 шт. 3. Экран настенный 213*213 – 1 шт. (инв. № BA0000000045) 4. Доска ученическая – 1 шт.	
ул. Корюкина, дом 2/9. Аудитория № 22	1. Стол ученический 2-местный – 28 шт.	

Аудитория для лекционных и практических занятий	2. Стул ученический – 55 шт. 3. Доска ученическая – 1 шт.	
ул. Корюкина, дом 2/9. Аудитория № 23 Аудитория для практических занятий	1. Стол ученический 2-местный – 13 шт. 2. Стул ученический – 26 шт. 3. Шкаф четырехстворчатый – 2 шт. 4. Шкаф двухстворчатый – 2 шт. 5. Доска ученическая – 1 шт.	
ул. Корюкина, дом 2/9. Аудитория № 24 Компьютерный класс Аудитория для практических занятий.	1. Стол ученический 2-местный – 10 шт. 2. Стул ученический – 20 шт.	
ул. Корюкина, дом 2/9. Аудитория № 25 Аудитория для практических занятий	1. Стол ученический 2-местный – 13 шт. 2. Стул ученический – 26 шт. 3. Доска ученическая – 1 шт.	
ул. Корюкина, дом 2/9. Аудитория № 27 Аудитория для лекционных и практических занятий	1. Мультимедийный класс в составе: интерактивная система SMART Boaro SB685. Ноутбук HP Pavilion g6-2364/мышь. кабель. коммутатор-D-Link–1 шт. (инв. № BA0000005368). 2. Стол ученический 2-местный – 28 шт. 3. Стул ученический – 55 шт.	* Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Антивирус ESET EndpointAntivirusfor Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №1110 от 15.12.2014 г., действующая лицензия. * Операционная система Windows Pro 7 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OpenLicense: 47357816, Гражданско-правовой договор № 0368100013813000050-0003977-01 от 02.10.2013 г., действующая лицензия. * Офисный пакет программ MicrosoftOfficeProfessional 2013 OLP NL Academic, OpenLicense: 62135981, договор № 799 от 25.09.2013 г., действующая лицензия. * Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Программа для просмотра файлов формата PDF AdobeReader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия,

		пролонгировано. * Браузер GoogleChrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.
ул. Корюкина, дом 2/9. Аудитория № 28 Аудитория для практических занятий	1. Лингафонный кабинет Диалог (инв. № 3417192) 2. Стол ученический – 13 шт. 3. Стул ученический – 26 шт. 4. Шкаф четырехстворчатый – 1 шт. 5. Доска ученическая – 1 шт.	

ул. Корюкина, дом 2/9. Аудитория № 26 Компьютерный класс. Аудитория для лекционных и практических занятий.	Стулья – 50 шт., парты – 25 шт., шкаф книжный со стеклом – 2 шт., меловая доска – 1 шт., доска белая магнитная WBASO912 – 1 шт., моноблок Lenovo – 8 шт., компьютер в сборе Intel – 1 шт., проектор NEC M361X – 1 шт.	* Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Антивирус ESET EndpointAntivirusfor Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №1110 от 15.12.2014 г., действующая лицензия. * Операционная система Windows Pro 7 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OpenLicense: 47357816, Гражданско-правовой договор № 0368100013813000050-0003977-01 от 02.10.2013 г., действующая лицензия. * Офисный пакет программ MicrosoftOfficeProfessional 2013 OLP NL Academic, OpenLicense: 62135981, договор № 799 от 25.09.2013 г., действующая лицензия. * Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Программа для просмотра файлов формата PDF AdobeReader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Браузер GoogleChrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.

ул. Корюкина, дом 2/9. Аудитория № 29 Аудитория для практических занятий	1. Стол ученический 2-местный – 13 шт. 2. Стул ученический – 26 шт. 3. Доска ученическая – 1 шт.	
Пл. 100-летия со дня рождения В.И. Ленина, 4 Библиотека УлГПУ Помещение для самостоятельной работы	Ноутбук Lenovo IdeaPad B590 Intel Pentium Dual-Core B960 2.2Ггц 4G/500G/DVD-RW15.6*/Windows 7 Home - 7шт; Ноутбук 15,6 ACER Packard Bell EasyNote ENTE11HC-B9604G50MNKS-8шт; Стол-18 шт; Стол преподавателя-1шт; Библиотечная кафедра-1шт; Книжный стеллаж-1шт; Шкаф-стеллаж комбинированный -5шт; Стул Джуно-52шт; Стойка для рекламных материалов напольная сетчатая на 9 лотков-3шт; Тюль -8шт; Шторы коричневые-15шт; Шкаф пожарный ШПК-002-1шт; Колонны-15шт; Арк.стекло-24шт.	**Ноутбук ACER Packard Bell EasyNote ENTE11HC-B9604G50MNKS** **Лицензионные программы** * Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Антивирус ESET EndpointAntivirusfor Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №260916-ЛД от 12.12.2016 г., действующая лицензия. * Операционная система Windows 8 OEM, договор №220 от 18.03.2013 г., действующая лицензия. * Офисный пакет программ OfficeProPlus 2013 RUS OLP NL Acdmc, Open License: 62176011, договор №220 от 18.03.2013 г., действующая лицензия. * Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. **Ноутбуки Lenovo IdeaPad B590** **Лицензионные программы** * Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Антивирус ESET EndpointAntivirusfor

		Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №260916-ЛД от 12.12.2016 г., действующая лицензия. * Операционная система Windows 7 Pro, договор №0368100013813000050-0003977-01от 02.10.2013 г., действующая лицензия. * Офисный пакет программ OfficeProPlus 2013 RUS OLP NL Acdmc, Open License: 62176011, договор №220 от 18.03.2013 г., действующая лицензия. * Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.