

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Мордовский государственный педагогический
университет имени М.Е. Евсевьева»**

Физико-математический факультет

Кафедра менеджмента и экономики образования

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля): Управление поведением потребителя

Уровень ОПОП: Бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент организации

Форма обучения: Заочная

Разработчики:

Стародубцева Л. В., кандидат социологических наук, доцент

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры, протокол № 11
от 05.05.2018 года

Зав. кафедрой _____  Куркина Н. Р.

Программа с обновлениями рассмотрена и утверждена на заседании кафедры,
протокол № 1 от 31.08.2020 года

Зав. кафедрой _____  Куркина Н. Р.

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины - ознакомить студентов с современными концепциями, подходами и методами управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг, идей в условиях глобализации, а также сформировать у студентов навыки анализа поведения людей на рынке с точки зрения социологии потребления.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов представление о современных концепциях, подходах и методах управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг и идей в условиях глобализации;
- дать понятия механизмов формирования поведения потребителей с целью его дальнейшего использования в решении маркетинговых проблем;
- познакомить студентов с внешними и внутренними факторами потребительского поведения и показать возможность их использования в маркетинге для влияния на процесс принятия потребителями решения покупке.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.02 «Управление поведением потребителя» относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина изучается на 5 курсе, в 9 семестре.

Для изучения дисциплины требуется: иметь системное представление о современных концепциях, подходах и методах управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг и идей.

Изучению дисциплины Б1.В.ДВ.08.02 «Управление поведением потребителя» предшествует освоение дисциплин (практик):

Маркетинг.

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.08.02 «Управление поведением потребителя» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин (практик):

Преддипломная практика.

Область профессиональной деятельности, на которую ориентирует дисциплина «Управление поведением потребителя», включает: организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) и органы государственного и муниципального управления, в которых выпускники работают в качестве исполнителей и координаторов по проведению организационно-технических мероприятий и администрированию реализации оперативных управленческих решений, а также структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

Освоение дисциплины готовит к работе со следующими объектами профессиональной деятельности:

- процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм;
- процессы реализации управленческих решений в органах государственного и муниципального управления.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и учебным планом.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций.

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК) в соответствии с видами деятельности:

ПК-17. способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

предпринимательская деятельность

ПК-17. способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.	знать: - методологию организации и проведения исследований и разработок; - ключевые положения основополагающих междисциплинарных концепций; уметь: - использовать социально-психологические методы для анализа покупательского поведения; - грамотно анализировать конкретные ситуации, возникающие на рынке товаров и услуг; владеть: - способами самостоятельного овладения новыми знаниями; - методами профессиональной аргументацией при анализе ситуаций, возникающих на рынке товаров и услуг.
---	--

ПК-9. способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

Информационно-аналитическая деятельность

ПК-9. способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.	знать: - показатели оценки социально-экономических процессов и явлений на макро- уровне; - рыночные и специфические риски; уметь: - выделять факторы макроэкономической среды влияющие на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; - анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; владеть: - методами маркетинговых и социологических исследований, а также навыками формирования спроса и стимулирования сбыта продукции (услуг) организации; способностью прогнозировать поведение потребителей в различных фазах экономического цикла; - методами оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.
--	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Девятый семестр
Контактная работа (всего)	8	8
Лекции	8	8
Практические		
Самостоятельная работа (всего)	96	96

Виды промежуточной аттестации		
Зачет		+
Общая трудоемкость часы	108	108
Общая трудоемкость зачетные единицы	3	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1. Поведение потребителей: концептуальные положения:

Поведение потребителей: предмет и объект, история изучения, методы и модели. Познавательные процессы и формирование поведения потребителей. Развитие наук о поведении.

Модуль 2. Факторы, влияющие на поведение потребителей:

Социально-психологические факторы потребительского поведения. Мотивация потребительского поведения.

1.1. Содержание дисциплины: Лекции (8 ч.)

Модуль 1. Поведение потребителей: концептуальные положения (4 ч.)

Тема 1. Поведение потребителей: предмет и объект, история изучения, методы и модели (2 ч.)

Сущность понятия «поведение потребителей». Стимулы для его изучения и исследования. Инструменты влияния на поведение потребителей.

Тема 2. Познавательные процессы и формирование поведения потребителей (2 ч.)
Процесс обработки информации. Когнитивные процессы. Эмоции в регуляции поведения потребителей. Познавание и восприятие.

Модуль 2. Факторы, влияющие на поведение потребителей (4 ч.)

Тема 4. Социально-психологические факторы потребительского поведения (2 ч.)
Социально -психологические теории личности. Типология потребителей. Соционические типы потребителей.

Тема 5. Мотивация потребительского поведения (2 ч.)

Сущность понятий «потребность», «мотив», «мотивация». Основные этапы формирования мотивационного процесса

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1 Вопросы и задания для самостоятельной работы

Девятый семестр (96 ч.)

Модуль 1. Поведение потребителей: концептуальные положения (46 ч.)

Вид СРС: *Подготовка к тестированию

Итоговый тест по теме: Управление потребительским поведением

Выберите необходимый термин из перечисленных ниже и вставьте в каждое из следующих утверждений или определений:

1 ... характеризует прирост общей полезности товарного набора, обусловленный потреблением дополнительной единицы данного товара.

- a) - Предельная полезность
- b) - Общая полезность
- c) - Карта кривых безразличия
- d) - Закон убывающей предельной полезности
- e) - Бюджетная линия
- f) - Предельная норма замещения
- g) - Изокоста
- h) - Кривая безразличия

2 ... – это множество точек, характеризующих потребительские наборы, которые обеспечивают потребителю один и тот же уровень полезности.

- a) - Кривая безразличия
- b) - Общая полезность
- c) - Карта кривых безразличия
- d) - Закон убывающей предельной полезности
- e) - Бюджетная линия
- f) - Предельная норма замещения
- g) - Изокоста
- h) - Предельная полезность

3 ... отражает

множество потребительских наборов, доступных потребителю при сложившихся условиях.

- a) - Бюджетная линия
- b) - Общая полезность
- c) - Карта кривых безразличия
- d) - Закон убывающей предельной полезности
- e) - Предельная норма замещения
- g) - Предельная полезность
- h) - Кривая безразличия

4 В кардиналистской теории потребительского поведения предпочтения потребителя отражает ...

- a) - карта кривых безразличия
- b) - общая полезность
- c) - закон убывающей предельной полезности
- d) - бюджетная линия
- e) - предельная норма замещения
- f) - изокоста
- g) - предельная полезность
- h) - кривая безразличия

5 ... показывает, какое количество одного блага потребитель готов заменить одной единицей другого блага без изменения достигнутого уровня полезности.

- a) - Предельная норма замещения
- b) - Общая полезность
- c) - Карта кривых безразличия
- d) - Закон убывающей предельной полезности
- e) - Бюджетная линия
- f) - Изокоста
- g) - Предельная полезность
- h) - Кривая безразличия

Модуль 2. Факторы, влияющие на поведение потребителей (46 ч.)

Вид СРС: *Выполнение индивидуальных заданий

1. Кривые безразличия не пересекаются.

- a) – верно
- b) - неверно

2. Кофе и сахар – пример абсолютно комплиментарных благ.

- a) - верно
- b) - неверно

3. Эффект замещения является всегда отрицательным, т.е. противоположным изменению цены.
- а) - верно
б) - неверно
4. Изменение дохода потребителя вызывает изменение наклона бюджетной линии.
- а) - верно
б) - неверно
5. Если предпочтения потребителя изменяются, то это проявляется в смещении бюджетной линии.
- а) - верно
б) - неверно
6. Пропорциональное изменение цен в одном и том же направлении приведет к параллельному сдвигу бюджетной линии.
- а) - верно
б) - неверно
7. Если потребительский выбор оптимален, то это означает, что потребитель приобретает больше товаров и услуг, чем прежде.
- а) - верно
б) - неверно
8. Если доход потребителя падает, то кривые безразличия смещаются ближе к началу координат.
- а) - верно
б) - неверно
9. На основе кривой «цена – потребление» можно построить кривую спроса.
- а) - верно
б) - неверно
10. Положение равновесия потребителя зависит от условий, в которых осуществляется выбор.
- а) - верно
б) - неверно

7. Тематика курсовых работ(проектов)

Курсовые работы (проекты) по дисциплине не предусмотрены.

8. Оценочные средства для промежуточной аттестации

8.1. Компетенции и этапы формирования

Коды компетенций	Этапы формирования		
	Курс, семестр	Форма контроля	Модули (разделы) дисциплины
ПК-17 ПК-9	4 курс, Седьмой семестр	Зачет	Модуль 1: Поведение потребителей: концептуальные положения.
ПК-17 ПК-9	4 курс, Седьмой семестр	Зачет	Модуль 2: Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей.

ПК-17 ПК-9	4 курс, Восьмой семестр	Зачет	Модуль 3: Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.
ПК-17 ПК-9	4 курс, Восьмой семестр	Зачет	Модуль 4: Организационное покупательское поведение.

Сведения об иных дисциплинах, участвующих в формировании данных компетенций:

Компетенция ПК-17 формируется в процессе изучения дисциплин:

Интернет-экономика, Мерчандайзинг, Основы предпринимательства.

Компетенция ПК-9 формируется в процессе изучения дисциплин:

Бюджетная система РФ, Государственное регулирование экономики, Институциональная экономика, Корпоративное управление, Маркетинг, Мерчандайзинг, Микро- макроэкономика, Основы внешнеэкономической деятельности, Экономика образования, Экономическая теория.

82. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

В рамках изучаемой дисциплины студент демонстрирует уровни овладения компетенциями:

Повышенный уровень:

знает и понимает теоретическое содержание дисциплины; творчески использует ресурсы (технологии, средства) для решения профессиональных задач; владеет навыками решения практических задач.

Базовый уровень:

знает и понимает теоретическое содержание; в достаточной степени сформированы умения применять на практике и переносить из одной научной области в другую теоретические знания; умения и навыки демонстрируются в учебной и практической деятельности; имеет навыки оценивания собственных достижений; умеет определять проблемы и потребности в конкретной области профессиональной деятельности.

Пороговый уровень:

понимает теоретическое содержание; имеет представление о проблемах, процессах, явлениях; знаком с терминологией, сущностью, характеристиками изучаемых явлений; демонстрирует практические умения применения знаний в конкретных ситуациях профессиональной деятельности.

Уровень ниже порогового:

имеются пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, студент допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не способен продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания для промежуточной аттестации		Шкала оценивания по БРС
	Экзамен (дифференцированный зачет)	Зачет	
Повышенный	5 (отлично)	зачтено	90 – 100%
Базовый	4 (хорошо)	зачтено	76 – 89%
Пороговый	3 (удовлетворительно)	зачтено	60 – 75%
Ниже порогового	2 (неудовлетворительно)	незачтено	Ниже 60%

Критерии оценки знаний студентов по дисциплине

Оценка	Показатели
Зачтено	Студент знает: основные процессы изучаемой предметной области; воспроизводит и объясняет учебный материал с требуемой степенью научной точности и полноты; решает типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения; решает усложненные задачи на основе приобретенных знаний, умений и навыков, в нетипичных ситуациях.
Незачтено	Студент демонстрирует незнание основного содержания дисциплины, обнаруживая существенные пробелы в знаниях учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предлагаемых заданий; затрудняется делать выводы и отвечать на дополнительные вопросы преподавателя.

83. Вопросы, задания текущего контроля

Модуль 1: Поведение потребителей: концептуальные положения

ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

1. Классификация типов потребителей.
2. Что понимают под поведением потребителя?
3. Стимулы для его изучения и исследования.
4. Методы сбора информации о потребителях.

ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

1. «Стиль жизни» и его влияние на поведение потребителей.
2. Раскройте содержание принципов понимания потребительского поведения.
3. Сегментирование рынка и удовлетворение потребностей.

Модуль 2: Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей

ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

1. Социальный класс и методы оценки социального статуса потребителя.
2. Каковы инструменты влияния на поведение потребителей.
3. Социальная стратификация общества и природа социального класса.
4. Методы маркетинговых исследований и определение социальных классов.

ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

1. Расскажите об изменениях в современном маркетинге.
2. Характеристика процесса принятия решения потребителями.
3. Стратегия маркетинга в зависимости от тактики сегментирования.

84. Вопросы промежуточной аттестации

Девятый семестр (Зачет, ПК-17, ПК-9)

1. Охарактеризуйте понятие поведение потребителя. Каковы стимулы для его изучения и исследования?
2. Раскройте содержание принципов понимания потребительского поведения.
3. Каковы инструменты влияния на поведение потребителей.
4. Расскажите об изменениях в современном маркетинге.
5. В чем сущность концепции пожизненной ценности клиента? индивидуализированного маркетинга?
6. Опишите последовательность стадий покупательского решения.
7. Дайте характеристику различным типам решения проблемы.
8. Перечислите условия, при которых решение проблемы становится расширенным.
9. Что понимается под осознанием потребности? Как потребность может быть активизирована?
10. Назовите основные параметры потребительского поиска. Перечислите факторы, влияющие на него.
11. Как можно классифицировать источники информации, используемые потребителем?
12. Что такое критерии оценки?
13. Какими способами можно ввести продукт в набор альтернатив?
14. Поясните метод «отсечек», использование «сигналов качества».
15. Перечислите все известные правила покупательских решений.
16. В чем значение предпокупочной оценки для маркетинга?
17. Какие факторы способны прервать процесс принятия решения?
18. Дайте характеристики основным типам покупок.
19. Перечислите основные источники покупки, их особенности.
20. Что такое прямой маркетинг? Приведите его примеры.
21. Перечислите известные вам стратегии убеждения.
22. Какие обстоятельства могут вызвать сомнения покупателя в принятом решении? Как этого избежать?
23. Каковы основные типы потребления?
24. Какую взаимосвязь можно ожидать между уровнем дохода и приобретением продуктов из основных товарных категорий?
25. Раскройте сущность концепции пожизненной ценности клиента.

8.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет позволяет оценить сформированность компетенций, теоретическую подготовку студента, его способность к творческому мышлению, готовность к практической деятельности, приобретенные навыки самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их при решении практических задач.

При балльно-рейтинговом контроле знаний итоговая оценка выставляется с учетом набранной суммы баллов.

Собеседование (устный ответ) на зачете

Для оценки сформированности компетенции посредством собеседования (устного ответа) студенту предварительно предлагается перечень вопросов или комплексных заданий, предполагающих умение ориентироваться в проблеме, знание теоретического материала, умения применять его в практической профессиональной деятельности, владение навыками и приемами выполнения практических заданий.

При оценке достижений студентов необходимо обращать особое внимание на:

- усвоение программного материала;
- умение излагать программный материал научным языком;
- умение связывать теорию с практикой;

- умение отвечать на видоизмененное задание;
- владение навыками поиска, систематизации необходимых источников литературы по изучаемой проблеме;
- умение обосновывать принятые решения;
- владение навыками и приемами выполнения практических заданий;
- умение подкреплять ответ иллюстративным материалом.

Тесты

При определении уровня достижений студентов с помощью тестового контроля необходимо обращать особое внимание на следующее:

- оценивается полностью правильный ответ;
- преподавателем должна быть определена максимальная оценка за тест, включающий определенное количество вопросов;
- преподавателем может быть определена максимальная оценка за один вопрос теста;
- по вопросам, предусматривающим множественный выбор правильных ответов, оценка определяется исходя из максимальной оценки за один вопрос теста.

Письменная контрольная работа

Виды контрольных работ: аудиторные, домашние, текущие, экзаменационные, письменные, графические, практические, фронтальные, индивидуальные.

Система заданий письменных контрольных работ должна:

- выявлять знания студентов по определенной дисциплине (разделу дисциплины);
- выявлять понимание сущности изучаемых предметов и явлений, их закономерностей;
- выявлять умение самостоятельно делать выводы и обобщения;
- творчески использовать знания и навыки.

Требования к контрольной работе по тематическому содержанию соответствуют устному ответу.

Также контрольные работы могут включать перечень практических заданий.

Контекстная учебная задача, проблемная ситуация, ситуационная задача, кейсовое задание

При определении уровня достижений студентов при решении учебных практических задач необходимо обращать особое внимание на следующее:

- способность определять и принимать цели учебной задачи, самостоятельно и творчески планировать ее решение как в типичной, так и в нестандартной ситуации;
- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- точное использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы и задания;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении учебных задач;
- грамотное использование основной и дополнительной литературы;
- умение использовать современные информационные технологии для решения учебных задач, использовать научные достижения других дисциплин;
- творческая самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Меликян, О.М. Поведение потребителей : учебник / О.М. Меликян. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 280 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112324>

2. Сбоева, И.А. Поведение потребителей : учебное пособие : [16+] / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 128 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483710>

3. Семилетова, Я.И. Поведение потребителей : учебное пособие / Я.И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 81 с. : схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494824>

Дополнительная литература

1. Макарова, Т.Н. Поведение потребителей / Т.Н. Макарова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 66 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863>
2. Гавриленко, Н.И. Маркетинг / Н.И. Гавриленко. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 194 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. www.minfin.ru - Сайт Министерства финансов Российской Федерации
2. <http://www.aup.ru/books/i023.htm> - Административно-управленческий портал.

11. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля)

При освоении материала дисциплины необходимо:

- спланировать и распределить время, необходимое для изучения дисциплины;
- конкретизировать для себя план изучения материала;
- ознакомиться с объемом и характером внеаудиторной самостоятельной работы для полноценного освоения каждой из тем дисциплины.

Сценарий изучения курса:

- проработайте каждую тему по предлагаемому ниже алгоритму действий;
- регулярно выполняйте задания для самостоятельной работы, своевременно отчитывайтесь преподавателю об их выполнении;
- изучив весь материал, проверьте свой уровень усвоения содержания дисциплины и готовность к сдаче зачета/экзамена, выполнив задания и ответив самостоятельно на примерные вопросы для промежуточной аттестации.

Алгоритм работы над каждой темой:

- изучите содержание темы вначале по лекционному материалу, а затем по другим источникам;
- прочитайте дополнительную литературу из списка, предложенного преподавателем;
- выпишите в тетрадь основные понятия и категории по теме, используя лекционный материал или словари, что поможет быстро повторить материал при подготовке к промежуточной аттестации;
- составьте краткий план ответа по каждому вопросу, выносимому на обсуждение на аудиторном занятии;
- повторите определения терминов, относящихся к теме;
- продумайте примеры и иллюстрации к обсуждению вопросов по изучаемой теме;
- подберите цитаты ученых, общественных деятелей, публицистов, уместные с точки зрения обсуждаемой проблемы;
- продумывайте высказывания по темам, предложенным к аудиторным занятиям.

Рекомендации по работе с литературой:

- ознакомьтесь с аннотациями к рекомендованной литературе и определите основной метод изложения материала того или иного источника;
- составьте собственные аннотации к другим источникам, что поможет при подготовке рефератов, текстов речей, при подготовке к промежуточной аттестации;
- выберите те источники, которые наиболее подходят для изучения конкретной темы;
- проработайте содержание источника, сформулируйте собственную точку зрения на проблему с опорой на полученную информацию.

12. Перечень информационных технологий

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – электронной библиотеке и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе используется программное обеспечение, позволяющее осуществлять поиск, хранение, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители, организацию взаимодействия в реальной и виртуальной образовательной среде.

Индивидуальные результаты освоения дисциплины студентами фиксируются в электронной информационно-образовательной среде университета.

**121 Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)**

1. Microsoft Windows 7 Pro
2. Microsoft Office Professional Plus 2010
3. 1С: Университет ПРОФ

**122 Перечень информационных справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)**

1. Информационно-правовая система "ГАРАНТ" (<http://www.garant.ru>)
2. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru>)

- 123 Перечень современных профессиональных баз данных**
1. Профессиональная база данных «Открытые данные Министерства образования и науки РФ» (<http://xn---8sblcdzzacvuc0jbg.xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/opendata/>)
 2. Электронная библиотечная система Znanium.com(<http://znanium.com/>)
 3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru>)

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования, а также мультимедийное оборудование для демонстрации презентаций на лекциях. Для проведения практических занятий, а также организации самостоятельной работы студентов необходим компьютерный класс с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет.

Индивидуальные результаты освоения дисциплины фиксируются в электронной информационно-образовательной среде университета.

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – электронной библиотеке и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе необходимо наличие программного обеспечения, позволяющего осуществлять поиск информации в сети Интернет, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (№112А).

Помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Наборы демонстрационного оборудования: автоматизированное рабочее место в составе (системный блок, монитор, клавиатура, мышь, гарнитура, проектор, интерактивная доска), магнитно-маркерная доска.

Учебно-наглядные пособия:

Презентации.

Помещение для самостоятельной работы (№225).

Помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (компьютер 12 шт., принтер - 1 шт., МФУ – 1 шт).

Учебно-наглядные пособия:

Презентации.

Читальный зал электронных ресурсов (101б).

Помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (компьютер 12 шт. мультимедийный проектор 1 шт., многофункциональное устройство 1 шт., принтер 1 шт.)

Учебно-наглядные
пособия: Презентации.

Электронные диски с учебными и учебно-методическими пособиями