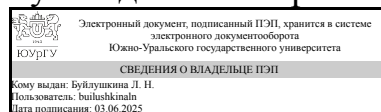


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



Л. Н. Буйлушкина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.02.М3.03 Маркетинговые исследования и стратегическое планирование

для направления 09.03.04 Программная инженерия

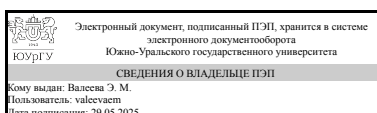
уровень Бакалавриат

форма обучения очная

кафедра-разработчик Социология

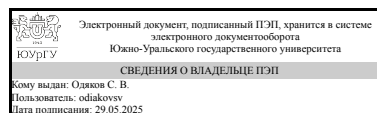
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 09.03.04 Программная инженерия, утверждённым приказом Минобрнауки от 19.09.2017 № 920

Зав.кафедрой разработчика,
к.пед.н.



Э. М. Валеева

Разработчик программы,
к.социол.н., доц., доцент



С. В. Одяков

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является: ознакомление со спецификой применения социологических методов в маркетинговых исследованиях, различными аспектами методов организации и проведения социологических исследований различного типа, направленных на решение маркетинговых задач. Задачами дисциплины являются: 1. Развитие представлений об основных тенденциях развития сферы маркетинговых и социологических исследований в мире и России; 2. Развитие способности к объективной, многомерной оценке социальных и маркетинговых проблем; 3. Формирование умения оперировать понятиями науки, использовать разработанные специалистами в данной области теоретические модели для объяснения явлений в сфере маркетинга и стратегического планирования; 4. Развитие способности овладевать методами решения прикладных задач в рамках проблем сферы маркетинга и стратегического планирования; 5. Формирование способности анализировать социологические данные, используемые в практике работы маркетинговых организаций.

Краткое содержание дисциплины

Социология и маркетинг: области взаимодействия. Процесс маркетингового исследования. Типология данных, методы сбора и анализа. Маркетинговые исследования в области товара. Анализ ценовых стратегий. Исследования в области рекламы. Маркетинговые исследования в области конкурентов. Маркетинговые исследования в области потребительского поведения.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений определяет круг задач в рамках поставленной цели, выстраивает оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Особенности маркетингового исследования в области товара, анализа ценовых стратегий; особенности исследования в области рекламы, маркетинговых исследований в области конкурентов, маркетинговых исследований в области потребительского поведения. использовать различные методы организации и проведения социологических исследований различного типа, направленных на решение маркетинговых задач применения социологических методов в маркетинговых исследованиях Умеет: использовать различные методы организации и проведения социологических

	исследований различного типа, направленных на решение маркетинговых задач Имеет практический опыт: применения социологических методов в маркетинговых исследованиях
--	--

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.02.М2.01 Организационное поведение и лидерство, 1.Ф.02.М5.02 Защита социально-трудовых прав работников, 1.Ф.02.М5.01 Основы права, 1.Ф.02.М2.02 Актуальные аспекты современных профессиональных коммуникаций, 1.Ф.02.М4.01 Современные экологические проблемы, 1.Ф.02.М4.02 Современные методы решения проблем энерго- и ресурсосбережения	1.О.05 Правоведение, ФД.02 Справочно-правовая система "КонсультантПлюс", 1.О.24 Экология

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.Ф.02.М2.02 Актуальные аспекты современных профессиональных коммуникаций	Знает: нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности, стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации для достижения поставленной цели Умеет: применять принципы и методы организации командной деятельности; планировать и корректировать работу команды с учетом интересов, особенностей и поведения ее членов; разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон Имеет практический опыт: создания команды для выполнения практических задач разного уровня сложности; участия в разработке стратегии командной работы; организации коммуникаций и взаимодействия членов команды; выявления и разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учета интересов всех сторон
1.Ф.02.М4.01 Современные экологические проблемы	Знает: круг задач цифровизации в современных экологических проблемах, круг задач цифровизации в современных экологических проблемах Умеет: выбирать оптимальные цифровые решения экологических задач, выбирать оптимальные цифровые решения

	экологических задач Имеет практический опыт: поиска и информации по современным экологическим проблемам, поиска и информации по современным экологическим проблемам
1.Ф.02.М2.01 Организационное поведение и лидерство	Знает: технологии лидерства и командообразования; особенности и проблемы подбора эффективной команды; условия эффективной командной работы; теории и стили лидерства, стили руководства в зависимости от деловых ситуаций; основы стратегического управления человеческими ресурсами Умеет: определять стиль управления и оценивать эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию и на ее основе организовать отбор членов команды для достижения поставленных целей; владеть технологией реализации основных функций управления Имеет практический опыт: планирования и организации работы в команде, распределения поручений и делегирования полномочий членам команды; организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей
1.Ф.02.М5.02 Защита социально-трудовых прав работников	Знает: Действующие нормы трудового и социального законодательства, способы защиты социально-трудовых прав работников, Действующие нормы трудового и социального законодательства, способы защиты социально-трудовых прав работников Умеет: использовать полученные знания и навыки в области защиты социально-трудовых прав для профессионального развития, верно трактовать действующие нормы трудового и социального законодательства, способы защиты социально-трудовых прав работников Имеет практический опыт: получения правовых знаний и навыков в области защиты социально-трудовых прав при имеющихся ограничениях времени и возможных траекториях саморазвития, выбора правовых способов защиты социально-трудовых прав и определения круга задач в рамках соответствующих юридических процедур
1.Ф.02.М4.02 Современные методы решения проблем энерго- и ресурсосбережения	Знает: круг задач цифровизации в современных экологических проблемах Умеет: Применять ИТ-навыки для решения проблем энерго- и ресурсосбережения. Имеет практический опыт: Работы в расчётных экологических программах.
1.Ф.02.М5.01 Основы права	Знает: Действующие правовые нормы, пределы и ограничения их реализации и применения, Действующие правовые нормы, пределы и ограничения их реализации и применения Умеет: верно трактовать действующие правовые нормы, пределы и ограничения их реализации и применения, верно трактовать действующие правовые нормы, пределы и ограничения их реализации и применения Имеет практический

	опыт: определения круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальных способов их решения на основе правовых норм и в условиях имеющихся ресурсов и юридических ограничений, определения круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальных способов их решения на основе правовых норм и в условиях имеющихся ресурсов и юридических ограничений
--	--

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 72,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия:</i>	64	64
Лекции (Л)	32	32
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	71,5	71,5
Подготовка к экзамену	15	15
Подготовка к семинарским занятиям. работа с литературой	17	17
Решение ситуационных задач	20	20
Выполнение практической работы "Позиционирование товара" с использованием соц. методов"	6	6
Подготовка и выполнение самостоятельной работы "СВОТ-анализ предприятия"	13,5	13.5
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	диф.зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Социология и маркетинг: области взаимодействия	8	4	4	0
2	Процесс маркетингового исследования	8	4	4	0
3	Типология данных, методы сбора и анализа	8	4	4	0
4	Маркетинговые исследования в области товара.	8	4	4	0
5	Анализ ценовых стратегий	8	4	4	0
6	Маркетинговые исследования в области конкурентов.	8	4	4	0
7	Маркетинговые исследования в области потребительского поведения	8	4	4	0
8	Маркетинговые исследования в области рекламы	8	4	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Социология и маркетинг: области взаимодействия. Понятие маркетинга и маркетингового исследования.	2
2	1	Социология и маркетинг: области взаимодействия. Сходства и различия маркетингового и социологического исследования.	2
3	2	Процесс маркетингового исследования	4
4	3	Типология данных, методы сбора и анализа	4
6	4	Маркетинговые исследования в области товара. Исследования продукта на различных этапах его жизненного цикла.	4
7	5	Анализ ценовых стратегий	4
8	6	Маркетинговые исследования в области конкурентов.	4
9	7	Маркетинговые исследования в области потребительского поведения	4
10	8	Маркетинговые исследования в области рекламы	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Понятие маркетинга. Назначение социологических и маркетинговых исследований. История маркетинговых исследований в мире и России.	4
2	2	Этапы маркетингового исследования. Программа социологического и маркетингового исследования: общее и особенное. Отчет по результатам исследования. Понятие и структура брифа, особенности брифинга. Расчет бюджета исследования. Исследования на заказ и исследование собственными силами	4
3	3	Первичная и вторичная информация. Источники информации. Понятие базы данных. Способы получения информации. Маркетинговая информационная служба на предприятии.	4
4	4	Понятие жизненного цикла товара, основные теории. Кривая жизненного цикла, ее анализ. Специфика каждого этапа ЖЦТ и исследований товара на нем.	4
5	5	Значение цены на товар в прибыли фирмы. Закон спроса и предложения. Кривые спроса и предложения. Области ценовых исследований.	4
6	6	Понятие конкуренции, конкурентоспособности фирмы. Виды и формы конкуренции. Особенности рыночной экономики. Методы конкурентной разведки.	4
7	7	Потребитель в рыночной экономике. Методы изучения потребителей. Сегментация потребителей по различным основаниям.	4
8	8	Роль рекламы в деятельности фирмы. Виды рекламы. Особенности исследований мотивационной составляющей в рекламе. Специфика проведения рекламных кампаний.	4

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к экзамену	Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Солдерс, Вероника Вонг; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Вильямс, 2003.- 944с.; Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с.; Панкрухин, А.П. Маркетинг [Текст]: учебник / А.П. Панкрухин.- 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2005.- 656с.	5	15
Подготовка к семинарским занятиям. работа с литературой	Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Солдерс, Вероника Вонг; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Вильямс, 2003.- 944с.; Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с.; Панкрухин, А.П. Маркетинг [Текст]: учебник / А.П. Панкрухин.- 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2005.- 656с.	5	17
Решение ситуационных задач	Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с.	5	20
Выполнение практической работы "Позиционирование товара" с использованием соц. методов"	Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Солдерс, Вероника Вонг; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Вильямс, 2003.- 944с.; Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с.; Панкрухин, А.П. Маркетинг [Текст]: учебник / А.П. Панкрухин.- 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2005.- 656с.	5	6
Подготовка и выполнение самостоятельной работы "СВОТ-анализ предприятия"	Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Солдерс, Вероника Вонг; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Вильямс, 2003.- 944с.; Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с.; Панкрухин, А.П. Маркетинг [Текст]: учебник / А.П. Панкрухин.- 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2005.- 656с.	5	13,5

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	5	Текущий контроль	Опрос 1	1	5	Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.	дифференцированный зачет
2	5	Текущий контроль	Опрос 2	1	5	Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов),	дифференцированный зачет

					видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.	
3	5	Текущий контроль	Опрос 3	1	Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5	дифференцированный зачет

					вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.	
4	5	Текущий контроль	Опрос 4	1	5 Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии	дифференцированный зачет

						1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.	
5	5	Текущий контроль	Опрос 5	1	5	Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.	дифференцированный зачет
6	5	Текущий контроль	Опрос 6	1	5	Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе	дифференцированный зачет

					размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.		
7	5	Текущий контроль	Опрос 7	1	5	Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы,	дифференцированный зачет

					активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.	
8	5	Текущий контроль	Опрос 8	1	5 Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент	дифференцированный зачет

						подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.	
9	5	Текущий контроль	Практическая работа "Позиционирование товара с использованием социологических методов"	1	10	За выполнение работы начисляется максимум 10 баллов. За точные и правильно выполненные все задания начисляется 10 баллов. Небольшие недочеты в 1 задании - 9 баллов. Наличие недочетов в 2х заданиях оценивается в 8 и 7 баллов соответственно. Полностью выполненных 1 задания из 2х оцениваются в 6 баллов. Частично выполненные все задания оцениваются в 4-5 балла. Наличие грубых ошибок в заданиях 0-3 баллов.	дифференцированный зачет
10	5	Текущий контроль	Практическая работа "Свот анализ"	1	10	За выполнение работы начисляется максимум 10 баллов. За точные и правильно выполненные все задания начисляется 10 баллов. Небольшие недочеты в 1 задании - 9 баллов. Наличие недочетов в 2х заданиях оценивается в 8 и 7 баллов соответственно. Полностью выполненных 1 задания из 2х оцениваются в 6 баллов. Частично выполненные все задания оцениваются в 4-5 балла. Наличие грубых ошибок в заданиях 0-3	дифференцированный зачет

		электронной форме	
1	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Маркетинговые исследования: курс лекций : учебное пособие / Е. Н. Ванчикова, Н. А. Золотарева, О. А. Осодоева [и др.]. — Улан-Удэ : ВСГУТУ, 2015. — 196 с. — ISBN 978-5-89230-678-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/236288 (дата обращения: 29.05.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Литвак, Б. Г. Стратегическое планирование и прогнозирование : учебник для вузов / Б. Г. Литвак. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16674-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/568539

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.
Практические занятия и семинары	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.
Самостоятельная работа студента	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.
Экзамен	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.