

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Базовая кафедра "Высшая
школа гастрономии от INSTITUT
PAUL BOCUSE"**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Базовая кафедра "Высшая школа
гастрономии от INSTITUT PAUL
BOCUSE"**

наименование кафедры

С.В. Захаренкова-Здрестова

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
MARKETING EXPERIENTIEL
МАРКЕТИНГ**

Дисциплина Б1.М.03.01 MARKETING EXPERIENTIEL
Маркетинг

Направление подготовки / 38.03.02 "Менеджмент" профиль подготовки
специальность 38.03.02.17 "Высшая школа гастрономии от
INSTITUT PAUL BOCUSE"

Направленность
(профиль)

Форма обучения очная

Год набора 2019

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

направление 38.03.02 "Менеджмент" профиль подготовки 38.03.02.17

"Высшая школа гастрономии от INSTITUT PAUL BOCUSE"

очная форма обучения

год набора 2019

Программу
составили

д-р экон. наук, профессор, Юшкова Людмила
Валерьевна; Ст. преподаватель, Спрыжкова Алена
Сергеевна

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины является:

формирование основ знания ведения маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов в сфере ресторанного бизнеса. Механизмом, способным инициировать широкое развитие предпринимательской деятельности и обеспечивающим достижение его результативности в динамичных условиях рыночной конъюнктуры, является внедрение в практику современного ресторана принципов и инструментов маркетинга. Маркетинговая деятельность предприятия рассматривается как система, позволяющая обеспечить ориентацию процесса производства и реализации товара на требования рынка. Взгляд на маркетинг как на важнейшее звено хозяйственной деятельности предприятия обеспечить, с одной стороны, гибкую реакцию процесса производства на требования рынка, а с другой - активную деятельность на рынке, проведения комплекса мероприятий по его освоению, созданию устойчивого спроса на продукцию.

1.2 Задачи изучения дисциплины

К задачам изучения дисциплины относятся:

1. представление современной теории маркетинга, формирование умений ее практического использования в ресторанной сфере;
2. развитие способностей анализа и управления маркетинговыми процессами предприятия ресторанной сферы;
3. формирование навыков аналитического обеспечения решения проблем оптимизации ассортимента и маркетинговых коммуникаций с целевым потребителем.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина “Маркетинг” относится к блоку Б1 обязательных дисциплин вариативной части (Б1.В.ОД.2)

Предшествующие дисциплины:

Статистика

Микроэкономика

Эволюция торговли

Управление производством / Gestion for la production

Дисциплина формирует теоретическую и практическую базы для последующего изучения дисциплин:

Методы исследования и прогнозирования в торговле

научно-исследовательская работа

Оценка предпринимательских рисков на потребительском рынке

Экономика сферы услуг

Коммерческая деятельность

Экономика товарного обращения

Управление конкуренцией

Маркетинг в ресторанном бизнесе / Marketing en restauration

Коммуникации кулинарного менеджмента / Culinary management communications

Экспериментальный маркетинг / Experiential Marketing

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		2
Общая трудоемкость дисциплины	2 (72)	2 (72)
Контактная работа с преподавателем:	1,5 (54)	1,5 (54)
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	1 (36)	1 (36)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	0,5 (18)	0,5 (18)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Современная концепция маркетинга	3	4	0	2	
2	Организация маркетинга в ресторане	4	6	0	3	
3	Инструменты маркетинга	4	14	0	8	
4	Маркетинговые исследования в ресторанной сфере	7	12	0	5	
Всего		18	36	0	18	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в академических часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Введение в теорию маркетинга. Особенности маркетинга в ресторанной сфере	1	0	0
2	1	Концепции маркетинга	2	0	0
3	2	Процесс управления маркетингом предприятия ресторанной сферы	2	0	0

4	2	Управление портфелем покупателей	1	0	0
5	2	Организационная инфраструктура маркетинга ресторанной сферы	1	0	0
6	3	Особенности применения маркетингового инструментария	1	0	0
7	3	Ресторанный продукт как элемент маркетинг-микс	2	0	0
8	3	Сбытовые маркетинговые системы в ресторанном бизнесе	1	0	0
9	4	Процесс маркетингового исследования	2	0	0
10	4	Рабочий инструментарий полевых маркетинговых исследований	1	0	0
11	4	Организация маркетинговых наблюдений и экспериментов в ресторанной сфере	1	0	0
12	4	Сегментация рынка общественного питания и обоснование выбора целевого сегмента	1	0	0
13	4	Исследование спроса на продукты и услуги предприятий ресторанной сферы	2	0	0
Всего			18	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в acad. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Введение в теорию маркетинга. Особенности маркетинга в ресторанной сфере	2	0	0

2	1	Концепции маркетинга	2	0	0
3	2	Процесс управления маркетингом предприятия ресторанной сферы	1	0	0
4	2	Маркетинговая среда в ресторанной сфере	1	0	0
5	2	Управление портфелем покупателей	2	0	0
6	2	Организационная инфраструктура маркетинга ресторанной сферы	2	0	0
7	3	Особенности применения маркетингового инструментария в ресторанной сфере	2	0	0
8	3	Ресторанный продукт как элемент маркетинг-микс	6	0	0
9	3	Сбытовые маркетинговые системы в ресторанном бизнесе	2	0	0
10	3	Управление элементами маркетинговых миксов в ресторанной сфере	4	0	0
11	4	Процесс маркетингового исследования	2	0	0
12	4	Рабочий инструментарий полевых маркетинговых исследований	4	0	0
13	4	Организация маркетинговых наблюдений и экспериментов в ресторанной сфере	2	0	0
14	4	Сегментация рынка общественного питания и обоснование выбора целевого сегмента	2	0	0
15	4	Исследование спроса на продукты и услуги предприятий ресторанной сферы	2	0	0
Итого			26	0	0

3.4 Лабораторные занятия

№	№	Наименование занятий	Объем в акад. часах
---	---	----------------------	---------------------

п/п	раздела дисциплины		Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Скляр Е. Н., Авдеенко Г. И., Алексунин В. А.	Маркетинговые исследования: практикум	М.: Дашков и К, 2012
Л1.2	Коротков А. В.	Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров по экономическим направлениям и специальностям	Москва: Юрайт, 2016
Л1.3	Алешина О. Г., Веремеенко О. С., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Юшкова Л. В.	Маркетинг: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2017
Л1.4	Никитина Т. Е., Смирнов К. А.	Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018
Л1.5	Гордеева Е.А., Лаптева М.А.	Информационные технологии в маркетинге и рекламе: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...09.03.03.14 Прикладная информатика в искусстве и гуманитарных науках]	Красноярск: СФУ, 2018
Л1.6	Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Веремеенко О. С., Алешина О. Г.	Маркетинг: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2018
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год

Л2.1	Фирсенко С. С., Веремеенко О. С., Юшкова Л. В., Гафарова Л. Г., Щербенко Е. В.	Маркетинг: учеб. пособие для вузов по специальностям 080301 и 032401	Красноярск: КГТЭИ, 2010
Л2.2	Щербенко Е. С., Юшкова Л. В., Веремеенко О. С.	Товарная политика в маркетинге: учеб.- метод. комплекс [для студентов напр. 080200.62.04 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»]	Красноярск: СФУ, 2014
Л2.3	Юшкова Л. В., Веремеенко О. С., Алешина О. Г.	Управление маркетингом: учебно- методический комплекс [для студентов напр. 100700.62 «Торговое дело», профиля 100 700.62.05 «Маркетинг в торговой деятельности»]	Красноярск: СФУ, 2015
Л2.4	Гришина В. Т.	Маркетинговые исследования: Практикум	Москва: Вузовский учебник, 2014
Л2.5	Зайцев А. Г., Такмакова Е. В.	Маркетинговые исследования: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2015
Л2.6	Рыжикова Т. Н.	Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА- М", 2018
Л2.7	Скляр Е.Н., Авдеенко Г.И., Алексунин В.А.	Маркетинговые исследования: Допущено Учебно-методическим объединением по образованию в области маркетинга в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Маркетинг"	Москва: Дашков и К, 2016

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Электронная библиотечная система	http://www.biblioclub.ru/
Э2	Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «Спрос»	www.spros.ru
Э3	Веб сайт журнала Маркетинг	www.marketing.ru
Э4	Веб сайт журнала Маркетологи	www.marketologi.ru
Э5	Веб сайт журнала Маркетинг-Спб	www.marketing.spb.ru
Э6	Статьи на сайте MD- Маркетинг ,маркетинговое агентство, маркетинговые услуги, маркетинговое консультирование	www.md-marketing.ru
Э7	Веб сайт исследовательской компании	https://www.ipsos.com/ru-ru

Э8	Веб сайт российской исследовательской компании Ромир	https://romir.ru/
Э9	Веб сайт ресторанного холдинга Гинза	https://ginza.ru
Э10	Веб сайт института Поль Бокюз	https://www.institutpaulbocuse.com/
Э11	фестиваль GASTREET	https://gastreet.com/

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Курс изучения дисциплины базируется на следующих видах занятий:

- лекциях,
- практических занятиях,
- самостоятельной работе студентов (мини-опросам, подготовка к написанию курсовой работы, сдаче зачета).

Средства обучения как важная составляющая характеристика дидактического процесса позволяют обеспечивать достижение целей обучения.

Они являются составной частью методики (технологии) обучения, которая включает в себя также средства и организационные формы обучения (виды занятий).

Методы обучения – это взаимодействие педагога и обучаемого на основе системы последовательных действий преподавателя, организующих познавательную и практическую деятельность студентов по усвоению учебного материала с помощью различных средств.

Пять общедидактических методов обучения охватывают всю совокупность педагогического взаимодействия преподавателя и студентов: информационно-рецептивный, репродуктивный, проблемное изложение, эвристический и исследовательский.

Лекционный материал:

– Для организации первоначального усвоения знаний, новой и готовой информации на лекциях необходимо использовать объяснительно-иллюстративный метод (информационно-рецептивный), основанный на устном изложении учебной информации с демонстрацией наглядного материала (диаграмм, образцов товаров, слайдов-презентаций, плакатов).

– В ходе изложения лекционного материала может в определенных случаях использоваться эвристический метод (частично-поисковый), при котором преподаватель, обозначив проблему, трудную для самостоятельного решения, делит ее на подпроблемы, после чего серией взаимосвязанных вопросов подводит студентов к её решению.

– Логическим продолжением предыдущего метода является метод проблемного изложения, при котором преподаватель, обозначив

проблему и цепью рассуждений раскрыв ее решение, показывает при этом противоречивость и сложность процесса выявления взаимосвязей и закономерностей в рамках дисциплины. Преподаватель, используя данный метод, время от времени прерывает свой рассказ и предлагает студентам высказать предположение, сформулировать вопрос, который был бы уместен в данный момент.

В целях активизации мыслительной деятельности студентов и повышения их профессиональной мотивации, развития способности анализировать научные и практические проблемы необходимо включение в лекцию следующих методов и приемов: элементов диалога, эвристической беседы, групповой дискуссии.

Включение в лекцию проблемных вопросов, ситуаций, заданий. Такие вопросы можно использовать в конце лекции как задание на следующее занятие. Поскольку зачастую активное участие в обсуждении принимают не все студенты, группу можно разделить на несколько малых групп, каждая из которых должна будет дать ответ на поставленный вопрос.

Использование эвристической беседы как тщательно продуманной системы вопросов способствует лучшему усвоению нового материала.

Актуализация прежних знаний и опыта студентов в период чтения лекции посредством вопросов, небольших тестов, анализа конкретных ситуаций. Вопросы к студентам, требующие приведения жизненных примеров, которые могут проиллюстрировать те или иные ситуации.

Анализ конкретных ситуаций из торговой практики.

Показ значения полученных знаний для будущей профессиональной деятельности.

Использование фактических данных (примеров из торговой практики; цифр, иллюстрирующих количественную сторону каких-либо явлений).

Использование опорных сигналов, опорных тезисов лекций.

Тренировка чувствительности - прием, активирующий внимание и эмоциональную вовлеченность слушателя в тему, проблему. Достигается это путем введения в содержание лекции научного, профессионального и личного опыта преподавателя: что он считает важным в даваемой информации, почему так утверждает или отрицает что-то, как поступаем в таких случаях и многое другое.

В работе с основными понятиями тем преподаватель может сам раскрывать содержание основных понятий, выделяя их главные и существенные признаки, показывая иерархическую зависимость между раскрываемыми понятиями. Однако, можно применять ряд приемов активного обучения, при котором студенты становятся соавторами определения сути того или иного понятия (мозговой штурм, смысловое

расщепление, иерархизация понятия, объяснение понятия с использованием рисунков и метафор, введение более простого, чем в учебнике, понятия, использование типичных практических ситуаций, свободные ассоциации, нахождение семантической связи между значением слова и содержанием понятия, сравнение нескольких точек зрения на тот или иное понятие).

Практические занятия.

Поскольку дисциплина имеет прикладное значение, серьезное внимание должно быть уделено методам и приемам практического обучения посредством проведения практических занятий. Лекции и практические занятия должны обеспечить творческое усвоение теоретических и практических проблем.

Для усвоения способов деятельности на лабораторных занятиях преподаватель может использовать репродуктивный метод, конструируя задания на воспроизведение действий. Например, просит студента воспроизвести порядок проведения эксперимента, пересказать ход рассуждений при анализе полученных значений, изложить содержание фрагмента нормативно-правового акта после его прочтения, сравнить требования нормативной документации разных правовых уровней на один вид продукции и т.п.

Целесообразность использования исследовательского метода состоит в необходимости организационного усвоения опыта интерпретации результатов экспериментальной деятельности, приложения знаний, полученных в результате интеграции теоретического знания, практических навыков и умений, в формировании в сознании студента исследовательской культуры, научного подхода и творческого мышления.

Каждое практическое занятие следует начинать и / или заканчивать мини-опросом, позволяющим оценивать как готовность к практическому изучению пройденной на лекции темы, так и закрепление материала по результатам проведенного занятия.

Опросы на практических занятиях. Следует подчеркнуть, что темы опросов могут варьироваться в зависимости от особенностей аудитории, уровня освоения материала, темпа прохождения курса. Кроме того, сама форма проведения занятия также может меняться в зависимости от особенностей учебной группы и замысла преподавателя.

Так, темы опросов могут повторять темы лекций. Можно также рассматривать темы, которые не изучались на лекции. В этом случае опрос будет направлен на расширение знаний за счет учебников и первоисточников.

Возможно проведение опроса как репродуктивного, так и творческого типов. При таком опросе обсуждаются и определенные

вопросы темы, и различные варианты решения практических ситуационных задач, заданий, проблем, вопросов.

Возможные способы организации опроса: фронтальный, групповой, парный, индивидуальный.

Самостоятельная работа студентов планируется по каждому из разделов теоретического курса. Кроме того, в самостоятельную работу студентов входит:

- подготовка к мини-опросам и зачету.
- подготовка к зачету.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Операционные системы: Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level Лиц сертификат 45676576, от 02.07.2009, бессрочный;
9.1.2	Офисный пакет: Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level - Лиц сертификат сертификат 4316214, от 06.12.2007, бессрочный;
9.1.3	Антивирус ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицсертификат EAV- 0189835462 от 10.04.2017; Kaspersky Endpoint Security Лицсертификат 2462-170522-081649-547-546 от 22.05.2017

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Электронные каталоги библиотек г. Красноярск
9.2.2	1. СФУ. БД "Книги"
9.2.3	2. СФУ. БД "Естественные и гуманитарные науки"
9.2.4	3. СФУ. БД "Учебно-методический комплекс дисциплин"
9.2.5	4. БД "Электронная библиотека для школ на базе СФУ"
9.2.6	5. Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края
9.2.7	6. Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН
9.2.8	7. Электронный каталог Библиотеки института физики им. Л.В. Киренского СО РАН
9.2.9	8. Электронный каталог Библиотеки института биофизики СО РАН
9.2.10	9. Электронный каталог Библиотеки института вычислительного моделирования СО РАН
9.2.11	10. Электронный каталог Библиотеки Института леса СО РАН

9.2.1 2	11. Электронный каталог Библиотеки института химии и химических технологий СО РАН
9.2.1 3	12. Электронный каталог Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева
9.2.1 4	13. Электронный каталог Научной библиотеки Сибирского государственного технологического университета.
9.2.1 5	Российские электронные научные журналы и базы данных online:
9.2.1 6	1. ИАС «Статистика»: http://www.ias-stat.ru
9.2.1 7	2. Государственный архив Красноярского края (ГАКК): http://красноярские-архивы.рф [до 31/12/2013]
9.2.1 8	3. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): http://elibrary.ru [до 2023]
9.2.1 9	4. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ): http://uisrussia.msu .
9.2.2 0	5. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: http://dvs.rsl.ru (доступ к полному тексту), http://diss.rsl.ru (доступ к каталогу)
9.2.2 1	6. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": http://www.znaniium.com
9.2.2 2	7. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»»: http://rucont.ru
9.2.2 3	8. Электронно-библиотечная система «Лань»: http://e.lanbook .
9.2.2 4	Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online:
9.2.2 5	1. American Chemical Society (США): http://pubs.acs.org
9.2.2 6	2. American Physical Society: http://publish.aps.org
9.2.2 7	3. American Society of Mechanical Engineers http://asmedigitalcollection.asme.org [Тестовый доступ]
9.2.2 8	4. Annual Reviews Science Collection: http://www.annualreviews.org [постоянный]
9.2.2 9	5. Cambridge University Press: http://www.journals.cambridge.org [постоянный]
9.2.3 0	6. EBSCO Publishing: http://search.ebscohost.com
9.2.3 1	7. Elsevier: http://www.sciencedirect.com
9.2.3 2	8. Journal Citation Reports (JCR): http://isiknowledge.com
9.2.3 3	9. Institute of Physics: http://www.iop.org [постоянный]

9.2.3 4	10. Nature: http://www.nature.com
9.2.3 5	11. Oxford Journals: http://www.oxfordjournals.org
9.2.3 6	12. Oxford Russia Fund eContent library: http://lib.myilibrary.com
9.2.3 7	13. Sage: http://online.sagepub.com [постоянный] п
9.2.3 8	14. Science/AAAS: http://www.sciencemag.org
9.2.3 9	15. Science и Science Translational Medicine: http://www.sciencemag.org по
9.2.4 0	16. Scopus: http://www.scopus.com
9.2.4 1	17. Springer: http://www.springerlink.com
9.2.4 2	18. Taylor&Francis: http://www.tandfonline.com
9.2.4 3	19. Web of Science: http://isiknowledge.com
9.2.4 4	20. Wiley (Blackwell): http://www.blackwell-synergy.com
9.2.4 5	21. arXiv: http://arxiv.org [Свободный доступ]
9.2.4 6	22. DOAJ: http://www.doaj.org [Свободный доступ]
9.2.4 7	23. DRF (JAIRO): http://drf.lib.hokudai.ac.jp [Свободный доступ]
9.2.4 8	24. Elsevier (журналы открытого доступа): http://sciencedirect.com
9.2.4 9	25. MEMS Journal: http://www.memsjournal.com [Свободный доступ]
9.2.5 0	26. Royal Society of Chemistry (журналы открытого доступа): http://www.rsc.org
9.2.5 1	27. Scirus: http://www.scirus.com [Информационно-поисковые системы]

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).