

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 10.08.2023 10:10:59
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:

Руководитель ООП

Bozal Л.П. Богданова

«1» *август* 2019г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Профиль подготовки

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Для студентов 3 курса очной формы обучения

Составитель к.ф.-м.н, доцент Домбровская В.Е.

Тверь, 2019

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в туризме» является формирование у студентов системы знаний о маркетинге как о философии бизнеса и управленческой концепции, как о наборе эффективных современных инструментов, необходимых для функционирования предприятия в условиях высокой конкуренции с учетом специфики туристского предприятия, и как о важной части системы управления предприятием.

Задачами освоения дисциплины являются:

- постижение студентами содержания и сущности маркетинговой деятельности на предприятиях туризма;
- ознакомление их с основными рабочими понятиями маркетинга;
- ознакомление студентов с методами проведения маркетинговых исследований;
- приобретение студентами знаний и навыков в формировании ценовой политики фирмы;
- приобретение студентами знаний и навыков в организации маркетинговой деятельности на предприятиях туризма

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинг в туризме» входит в число дисциплин обязательной части учебного плана. Содержательно дисциплина «Маркетинг в туризме» опирается на знания и навыки, полученные студентами при изучении дисциплин «Экономика», «Экономика туризма».

Учебная дисциплина «Маркетинг в туризме» создает основы для изучения курсов «Реклама в туризме», «Планирование на предприятиях туризма» части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины «Маркетинг в туризме»:

- *Знать* основные понятия туристского рынка.
- *Уметь* применять полученные теоретические знания при анализе отраслевого рынка туристских продуктов и услуг.

- *Владеть* навыками сбора, анализа информации, необходимой для проведения маркетинговых исследований..

3. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов, 6 семестр), в том числе:

контактная работа: лекции – 34 час., практические занятия – 17 час.;

контактная внеаудиторная работа: –

самостоятельная работа: – 57 час.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.1 – Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	<p>ОПК-4.1 – Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов</p> <p>ОПК-4.2 – Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p>

5. Форма промежуточной аттестации – зачет.

6. Язык преподавания – русский.

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

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятел ьная работа, в том числе Контроль (час.)
		Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа)	
Введение.	2	2			
Тема 1. История маркетинга. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий.	7	2	1		4
Тема 2. Виды маркетинговых исследований. Формы организации маркетинговых исследований.	10	4	1		5
Тема 3. Маркетинговая среда фирмы и маркетинговая информация.	8	2	1		5
Тема 4. Методы сбора первичной маркетинговой информации.	11	4	2		5
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка.	9	2	2		5
Тема 6. Маркетинговые исследования туристского продукта.	8	2	1		5
Тема 7. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг. Сегментация рынка.	8	2	1		5
Тема 8. Формирование маркетинговой стратегии туристского предприятия. Маркетинговая продуктовая стратегия.	9	2	2		5
Тема 9. Маркетинговая ценовая стратегия.	9	4	1		4
Тема 10. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Средства распространения туристской рекламы.	11	4	2		5
Тема 11. Фирменный стиль туристского предприятия.	7	2	1		4

Тема 12. Организация и контроль маркетинга туристского предприятия.	9	2	2		5
Итого	108	34	17		57

III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем (в строгом соответствии с разделом II РПД)	Вид занятия	Образовательные технологии
Введение	Лекция	Традиционная лекция (вводная; информативная)
Тема 1. История маркетинга. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий.	Лекция	Традиционная лекция (вводная; информативная)
	Практическое занятие	Семинар
Тема 2. Виды маркетинговых исследований. Формы организации маркетинговых исследований.	Лекция	Традиционная лекция (вводная; информативная)
	Практическое занятие	Дискуссионная технология. Семинар (групповая форма работы), мозговой штурм.
Тема 3. Маркетинговая среда фирмы и маркетинговая информация.	Лекция	Лекция-визуализация
	Практическое занятие	Практическое занятие на формирование умений и навыков)
Тема 4. Методы сбора первичной маркетинговой информации.	Лекция	Традиционная лекция (информативная)
	Практическое занятие	Практическое занятие на формирование умений и навыков)
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка.	Лекция	Традиционная лекция (информативная)
	Практическое занятие	Дискуссионная технология. Семинар (групповая форма работы), мозговой штурм.
Тема 6. Маркетинговые исследования туристского продукта.	Лекция	Традиционная лекция (информативная)
	Практическое занятие	Дискуссионная технология. Семинар (групповая форма работы), мозговой штурм.
Тема 7. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг. Сегментация рынка.	Лекция	Лекция-визуализация

	Практическое занятие	Дискуссионная технология. Семинар (групповая форма работы), мозговой штурм.
Тема 8. Формирование маркетинговой стратегии туристского предприятия. Маркетинговая продуктовая стратегия.	Лекция	Лекция-визуализация
	Практическое занятие	Дискуссионная технология. Семинар (групповая форма работы), мозговой штурм.
Тема 9. Маркетинговая ценовая стратегия.	Лекция	Лекция-визуализация
		Дискуссионная технология. Семинар (групповая форма работы), мозговой штурм.
Тема 10. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Средства распространения туристской рекламы.	Лекция	Лекция-визуализация
	Практическое занятие	Дискуссионная технология. Семинар (групповая форма работы), мозговой штурм.
Тема 11. Фирменный стиль туристского предприятия.	Лекция	Лекция-визуализация
	Практическое занятие	Дискуссионная технология. Семинар (групповая форма работы), мозговой штурм.
Тема 12. Организация и контроль маркетинга туристского предприятия.	Лекция	Лекция-визуализация
	Практическое занятие	Дискуссионная технология. Семинар (групповая форма работы), мозговой штурм.

IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные материалы	Способы оценки
ОПК-3.1 – Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения	Коллоквиум (устный опрос) Дискуссии	«Отлично» - обучающийся уверенно отвечает на вопросы, не допускает ошибок и неточностей;

<p>потребителей и заинтересованных сторон</p>		<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся демонстрирует уверенное владение изученным материалом; - обучающийся последовательно, грамотно и логически отвечает на поставленные вопросы; - обучающийся активно участвует в дискуссии. <p>«Хорошо»</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучающийся уверенно отвечает на вопросы, допускает незначительные ошибки и неточности; - обучающийся демонстрирует достаточное владение изученным материалом; - обучающийся последовательно, грамотно и логически отвечает на поставленные вопросы; - обучающийся участвует в дискуссии, отвечает на дополнительные вопросы. <p>«Удовлетворительно»</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучающийся неуверенно отвечает на вопросы, допускает ошибки и неточности; - обучающийся демонстрирует неуверенное владение изученным материалом - обучающийся логика и последовательность в ответе на поставленные вопросы отсутствует; - обучающийся неактивно участвует в дискуссии <p>«Неудовлетворительно»</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучающийся не уверенно отвечает на вопросы, допускает ошибки и неточностей; - обучающийся демонстрирует неуверенное владение изученным материалом; - при ответе обучающимся на вопросы отсутствует последовательность, грамотность и логика; - обучающийся не участвует в дискуссии.
<p>ОПК-4.1 – Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов</p>	<p>Практические задания с оформлением письменного отчета, собеседование (защита отчета</p>	<p>«Зачтено»</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучающимся соблюдены требования к оформлению письменного отчета по результатам выполнения индивидуального; - индивидуальное задание выполнено в полном объеме, выводы аргументированы и обоснованы, представленные результаты свидетельствуют о вовлеченности

		<p>обучающегося в сферу профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучающийся способен изложить ключевые понятия о явлениях и процессах, наблюдаемых во время выполнения индивидуального задания; - обучающийся уверенно отвечает на вопросы собеседования, не допускает ошибок и неточностей; - обучающийся демонстрирует уверенное владение формируемыми компетенциями <p>«Не зачтено»</p> <ul style="list-style-type: none"> - в оформлении отчета по результатам выполнения индивидуального задания присутствуют существенные упущения в оформлении; - индивидуальное задание выполнено частично или не выполнено, выводы частично аргументированы и обоснованы не; - обучающийся не способен продемонстрировать практические умения и навыки работы, освоенные им в процессе обучения; - обучающийся не способен ответить на вопросы собеседования, допускает грубые ошибки и/или неточности, не способен ответить на дополнительные вопросы собеседования; обучающийся не демонстрирует владение формируемыми компетенциями. «
<p>ОПК-4.2 – Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p>	<p>Кейс-задания</p>	<p>«Отлично» Аргументированно ответил на вопросы кейс-задачи.</p> <p>«Хорошо» Ответил на вопросы, предусмотренные кейс-задачей</p> <p>«Удовлетворительно» Ответил на большую часть вопросов кейс-задачи.</p> <p>«Неудовлетворительно» Не смог ответить или ответил на меньшую часть вопросов кейс-задачи</p>

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

Дисциплина заканчивается зачетом.

Примерные вопросы к зачету и образец практического задания (кейс-задания) приведены в разделе VI РПД.

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	<ul style="list-style-type: none"> - полно раскрыто содержание материала; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; - продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; - точно используется терминология; - показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; - продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; - ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; - продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; - продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы; - допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию 	<ul style="list-style-type: none"> - Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, знание основной и дополнительной литературы; - последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы; - уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; - демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; - подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
«4»	<ul style="list-style-type: none"> - вопросы излагаются систематизировано и последовательно; - продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все 	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся показывает полное знание программного материала, основной и дополнительной литературы;

	<p>выводы носят аргументированный и доказательный характер;</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировано усвоение основной литературы. <p>Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя 	<ul style="list-style-type: none"> - дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности; - правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; - демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	<ul style="list-style-type: none"> - неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам; - имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; - при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может 	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; - при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения; - не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций; - подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне

	применить теорию в новой ситуации; - продемонстрировано усвоение основной литературы	
«2»	- не раскрыто основное содержание учебного материала; - обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; - допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; - не сформированы компетенции, умения и навыки.	- обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; - не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом; - не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении практических работ

Критерии оценки	Оценка
Качество выполненной работы	«5», если работа соответствует эталонному выполнению (эталонное оформление и эталонный результат вычислений или операций с данными)
	«4», если в целом работа соответствует эталонному выполнению, но содержит ошибки в оформлении
	«3», если работа соответствует эталонному выполнению в меньшей степени (содержит ошибки в оформлении, а также ошибки в вычислениях, приводящие к неверным результатам)
	«2», если работа не соответствует эталонному выполнению (неверно оформлена, а также ошибки в вычислениях, приводящие к неверным результатам, или отсутствие вычислений)

V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Лисевич А.В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова; А.В. Лисевич; Е.В. Лунтова. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014. - 176 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-394-02434-4.
<http://www.iprbookshop.ru/21420.html>
2. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Е. В. Батракова; Е.В. Батракова. - Черкесск : Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая

академия, 2014. - 21 с. -

<http://www.iprbookshop.ru/27201.html>

б) Дополнительная литература

1. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.А. Тультаев. — Электрон. текстовые данные. — М.: Евразийский открытый институт, 2008. — 1176 с. — 978-5-374-00135-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10712.html>
2. Котлер Ф. Маркетинг : гостеприимство, туризм / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс; Ф. Котлер; Джон Боуэн; Джеймс Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 1071 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 978-5-238-01263-6. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713>

а) Лицензионное программное обеспечение

ArcGIS 10.4 for Desktop - Акт приема передачи на основе договора №39 а от 18.12.2014
Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.

MS Office 365 pro plus - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

Microsoft Windows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

MapInfo Professional 12.0 - Акт о передаче прав по условиям договора № 26/2014-У от 10.02.14

Microsoft Visual Studio Enterprise 2015 - Акт предоставления прав № Tr035055 от 19.06.2017

б) Свободно распространяемое программное обеспечение

Adobe Reader XI – бесплатно

Vilko 3.4 – бесплатно

Google Chrome – бесплатно

Mozilla Firefox 46.0.1 (x86 ru) – бесплатно

Notepad++ - бесплатно

OpenOffice – бесплатно

QGIS 2.16.2.16.2 Nidebo – бесплатно

WinDjView 2.1 – бесплатно

3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС издательского дома «ИНФРА-М» (URL: <http://znanium.com/>);
- ЭБС издательства «Лань» (URL: <http://www.e.landbook.com/>);
- ЭБС издательства «Юрайт» (URL: <https://www.biblio-online.ru/>);
- ЭБС «РУКОНТ» (URL: <http://www.rucont.ru/>);
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (URL: <http://biblioclub.ru/>);
- ЭБС «IPRbooks» (URL: <http://www.iprbookshop.ru/>);
- электронная библиотека eLIBRARY.RU;

- коллекция электронных книг Оксфордско-Российского фонда;
- электронная библиотека диссертаций РГБ;
- база данных ПОЛПРЕД;
- АРБИКОН (сводные каталоги российских библиотек и информационных центров).

VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование разделов и тем	Оценочные материалы для проведения текущей аттестации	Задания для самостоятельной работы	Рейтинговые баллы
Введение.			
Тема 1. История маркетинга. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий.	Ответить на вопросы: 1. Основные понятия и определения, используемые в маркетинге услуг 2. Понятие и составляющие маркетингового комплекса 3. Особенности структурирования маркетинга	Подготовить доклады на тему: Исторические аспекты становления маркетинга в сфере услуг	5
Тема 2. Виды маркетинговых исследований. Формы организации маркетинговых исследований.	Подготовиться к семинару на тематику вопросов домашнего задания	Ответить на вопросы: Классификация методов маркетинговых исследований. 2) Особенности системы маркетинговой информации. 3) Отличительные особенности методов первичных и вторичных данных при проведении маркетинговых исследований в сфере услуг. 4) Классификация качественных методов маркетинговых исследований. 5) Классификация количественных методы маркетинговых исследований.	5
Тема 3. Маркетинговая	В аудитории провести анализ состояния	Провести исследование на тему «Анализ состояния	5

среда фирмы и маркетинговая информация.	внутренней маркетинговой среды предприятия (по выбору преподавателя)	внешней маркетинговой среды предприятия (по выбору преподавателя)»	
Тема 4. Методы сбора первичной маркетинговой информации.	Провести анализ возможных направлений маркетинговых исследований предприятия (по выбору преподавателя).	Подбор методики для сбора первичной маркетинговой информации	5
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка.	Семинар-дискуссия	Подготовить доклады по заявленной теме	5
Тема 6. Маркетинговые исследования туристского продукта.	Семинар-дискуссия	Подготовить доклады по заявленной теме	5
Модульная точка	Итоговый тест и задачи по пройденным темам		10 Итого за 1-й модуль 40 баллов
Тема 7. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг. Сегментация рынка.	Подведение итогов сегментации рынка	Разработка анкеты для сегментации рынка потребителей тур.услуг	10
Тема 8. Формирование маркетинговой стратегии туристского предприятия. Маркетинговая продуктовая стратегия.	Разработка программы маркетингового исследования предприятия (по выбору преподавателя) на основе методов статистики.	Самостоятельное изучение вариантов маркетинговых стратегий по материалам, предоставленным преподавателем	5
Тема 9. Маркетинговая ценовая стратегия.	Решение практических задач	Получение цены на тур.продукт методом PSM	10
Тема 10. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Средства распространения туристской рекламы.	Демонстрация рекламного продукта	Разработка рекламного продукта	10

Тема Фирменный туристского предприятия.	11. стиль	Доклады по презентации стилей	По данным сети интернет и изучения тверского тур.рынка проанализировать стили туристских предприятий	10
Тема Организация контроль маркетинга туристского предприятия	12. и	Семинар-дискуссия	Подготовить доклады по заявленной теме	5
Модульная точка		Итоговый тест и задачи по пройденным темам		10 Итого за 1-й модуль 60 баллов
СУММАРНО ЗА 2 МОДУЛЯ				100 баллов

Перечень примерных вопросов для зачета:

1. Основные термины и понятия маркетинга.
2. Основные принципы и процедуры применения маркетинга.
3. Уровни маркетинга.
4. Методические основы маркетинговых исследований.
5. Правила и процедуры маркетинговых исследований.
6. Формы организации маркетинговых исследований.
7. Оценки и анализ информации.
8. Исследование конкурентов, рынка и продукта, потребителей.
9. Признаки сегментации и задачи сегментации рынка.
10. Сущность стратегического маркетингового планирования.
11. Ситуационный анализ.
12. Разработка программ маркетинга.
13. Маркетинговая продуктовая стратегия.
14. Маркетинговая ценовая стратегия.
15. Маркетинговая сбытовая стратегия.
16. Маркетинговая коммуникационная стратегия.
17. Особенности рекламы в сфере туризма.
18. Основные цели и понятия формирования фирменного стиля.
19. Организация службы маркетинга на предприятии.
20. Система маркетингового контроля.
21. Организация службы маркетинга на предприятии.

Пример заданий второй части (Кейс-задача)

Вариант 1.

Вам как сотруднику туристского агентства (г. Тверь) было поручено руководителем провести SWOT-анализ положения фирмы на рынке и перспективах ее развития.

Необходимо:

- 1) определить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, составить матрицу SWOT-анализа;
- 3) сделать выводы согласно результатам проведенного исследования.

VII. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных* помещений	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №112 (170021, Тверская обл., г.Тверь, ул. Прошина, д.3, корп.2)	Мультимедийный комплект учебного класса (вариант №2) Проектор Casio XJ-M140, настенный проекц. экран Lumien 180*180. Ноутбук Dell N 4050. Сумка 15,6'', мышшь	Google Chrome – бесплатный Microsoft Windows 10 Enterprise Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017; MS Office 365 pro plus Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017;
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации и самостоятельной работы № 118 (170021 Тверская обл., Тверь, ул. Прошина, д. 3, корп. 2)	Лазерный принтер SAMSUNGML-2850D Доска интеракт. Hitachi Star Board в комплекте со стойкой Доска белая офисная магнит «Proff» Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/DVD-RW Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/DVD-RW Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/DVD-RW Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/DVD-RW	Adobe Reader XI (11.0.13) - Russian – бесплатный ArcGIS 10.4 for Desktop Google Chrome – бесплатный Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows MapInfo Professional 12.0 OpenOffice – бесплатный QGIS 2.16.2.16.2 Nidebo – бесплатный Win DjView 2.0.2 – бесплатный MS Office 365 pro plus Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017;

	<p>Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/DVD- RW</p> <p>Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/DVD- RW</p> <p>Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/DVD- RW</p> <p>Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/DVD- RW</p> <p>Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/DVD- RW</p> <p>Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/DVD- RW</p>	
--	---	--

VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.			
2.			

