

Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Ленинградской области
«Гатчинский государственный университет»



Утверждаю

Проректор по образовательной
деятельности и цифровой
трансформации

Е.В. Карпичев

«19» декабря 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ *«Поведение потребителей»*

Направление подготовки
43.03.02 - Туризм
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) образовательной программы
Деятельность объектов туристской инфраструктуры и туристских сервисов

Форма обучения
заочная

Гатчина
2025

Рабочая программа по дисциплине «Поведение потребителей» разработана на основе актуализированного Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) по направлению подготовки 43.03.02 – Туризм, направленность (профиль) образовательной программы – Деятельность объектов туристской инфраструктуры и туристских сервисов

Уровень: бакалавриат

Организация-разработчик: ГАОУ ВО ЛО «Гатчинский государственный университет»

Разработчик: к.э.н., доцент, доцент кафедры управления социальными и экономическими процессами/Танина А.В.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры управления социальными и экономическими процессами «10» декабря 2025 г. Протокол №7.

Содержание

	с.
1. Пояснительная записка.....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	6
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий	7
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	8
7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
8. Перечень основной, дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	11
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	12
10. Особенности освоения дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья	14
11. Перечень информационных технологий, профессиональных баз данных, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	15
12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	15

1. Пояснительная записка

Курс *«Поведение потребителей»* занимает важное место при подготовке бакалавров по направлению 43.03.02 - Туризм.

Поведение потребителя – относительно новая дисциплина, характеризующая специфику поведения различных групп потребителей, прежде всего, в отношении принятия ими решений о покупках. Это научно-прикладная дисциплина, возникшая на стыке экономики, менеджмента, маркетинга, психологии и постепенно вобравшая в себя большое количество методов не только этих, но и многих других отраслей знаний.

Как научно-практическая дисциплина *«Поведение потребителя»* изучает:

- процессы принятия решений потребителем и сопутствующие психологические процессы и функции: осознание потребностей, поиск и оценку вариантов, восприятие процесса покупки, потребление, удовлетворение и уход от пристрастий;

- индивидуальные различия между потребителями (в их знаниях, восприятии и мотивации, ценностях и стилях жизни) и протекание психологических процессов (обработка информации, обучение, воздействие рекламы и т.п.);

- влияние среды: культурной, этнической, социально-статусной, семейной, ситуационной; инструменты и механизмы воздействия торговли, защиту прав потребителей.

Целью освоения дисциплины *«Поведение потребителей»* является *формирование у студентов представления об основных теоретических и практических подходах к изучению поведения потребителей.*

Задачи дисциплины:

- изучить теоретические основы, современные концепции, модели поведения потребителей;

- рассмотреть механизмы принятия решений о покупке или отказе от них;

- изучить психологические аспекты мотивации поведения;

- исследовать реакции потребителей на те или иные воздействия;

- усвоить анализ комплекса факторов, влияющих на поведение потребителей;

- овладеть основными методами исследования поведения потребителей.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина *«Поведение потребителей»* участвует в формировании следующей компетенции:

Компетенции	Индикаторы	Дескрипторы
ПК-2 - Способен осуществлять деятельность организации туризма	ИПК 2.2 - Способен учитывать национально-культурные, межкультурные, религиозные и иные особенности поведения потребителей	Знания: факторов, влияющих на процесс принятия потребителем решения о покупке особенности поведения различных групп потребителей в туризме направления влияния национально-региональных и демографических факторов на поведение потребителей эффективные приемы и методы воздействия на поведение потребителей с учётом их социально-психологических особенностей Умения: выявлять факторы, оказывающие влияние на процесс принятия решения о покупке определять специфику требований различных групп потребителей выявлять особенности потребностей потребителей в зависимости от влияния национально-региональных и демографических факторов на поведение потребителей различать типы поведения потребителей, определять индивидуальные характеристики покупателя Навыки: проведения исследования поведения различных групп потребителей обоснования оптимальных процессов сервиса, соответствующих запросам потребителей разработки направлений диверсификации услуг в соответствии с потребностями потребителей различных демографических, национальных и др. групп навыками разработки стратегии организации туризма, учитывающей особенности поведения потребителей

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина *Б1.В.04 «Поведение потребителей»* является обязательной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений для подготовки студентов по направлению *43.03.02 «Туризм»*, профиль *«Деятельность объектов туристской инфраструктуры и туристских сервисов»*.

Шифр компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики учебного плана, в которых осваивается компетенция	Дисциплины (модули), практики учебного плана, в которых компетенция осваивается параллельно с изучаемой дисциплиной	Последующие дисциплины (модули), практики учебного плана, в которых осваивается компетенция
------------------	--	---	---

ПК-2	Сервисная деятельность	Бизнес-планирование Предпринимательство в туризме Организация и планирование деятельности предприятий сервиса Туроператорская и турагентская деятельность Управление персоналом предприятия туризма/ Управление персоналом в гостиницах Производственная практика (Сервисная практика)	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса Экономическое обоснование разработки туристского продукта Межкультурные особенности оказания услуг Производственная практика (Организационно-управленческая практика) Управление конкурентоспособностью предприятия/ Управление конкурентоспособностью продукции
------	------------------------	--	---

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

Общая трудоемкость освоения учебной дисциплины «Поведение потребителей» составляет 5 зачетных единиц или 180 академических часов.

курс		№ курса 3	Всего, ак. часов
Общая трудоемкость (всего ак. часов / з.ед)		180/5	180/5
Контактная работа	Лекции	10	10
	Практические занятия	10	10
Самостоятельная работа		146,83	146,83
Вид промежуточной аттестации (конт.раб./самост. раб.)	Зачет, контр. работа, экзамен	0,25/0,17/8,75	0,25/0,17/8,75

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

№	Наименование раздела дисциплины (тема)	Трудоемкость					Содержание
		всего	Контактная работа				
			лекции	практич. занятия	лабор. занятия	самост. работа	
3 курс							
1.	Исследование потребителей		2	2		30	Предпосылки изучения поведения потребителей. Эволюция теорий потребительского поведения. Моделирование потребительского поведения. Процесс покупательского поведения индивида. Специфика требований различных групп потребителей. Покупательское поведение организаций. Обоснование оптимальных процессов сервиса, соответствующих запросам потребителей
2.	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей		2	2		30	Факторы, влияющие на процесс принятия потребителем решения о покупке – внешние и внутренние. Культура и субкультура. Влияние социального положения. Влияние референтных групп на поведение потребителя. Персональное влияние на поведение потребителя. Потребительское поведение домашнего хозяйства. Исследование поведения различных групп потребителей. Особенности поведения различных групп потребителей в туризме.
	Зачет		0,25			3,75	
	Итого за 3 курс		4	4		60	
3 курс							
3.	Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей.		1	1		14	Основные закономерности восприятия. Факторы, влияющие на обработку информации. Учет механизма обработки информации в маркетинге. Знания и отношение

	Восприятие и отношение.						потребителей. Содержание и организация знаний. Отношение потребителей. Изучение знаний и отношений.
4.	Обучение потребителей		1	1		14	Цели обучения потребителей. Основные характеристики обучения. Методы обучения. Обучение в стратегии маркетинга.
5.	Мотивация и эмоции потребителей		1	1		14	Сущность мотивации и эмоций. Теории мотивации. Учет мотивации и эмоций в маркетинге.
6.	Ценности и личность потребителя		1	1		14	Личные ценности и их изучение. Личность и теории личности. Учет ценностей и личности потребителя в маркетинге.
7.	Ресурсы и жизненный стиль потребителя		1	1		14	Ресурсы потребителей. Распределение ресурсов в потребительском поведении. Стиль и образ жизни потребителей. Методы описания жизненных стилей
8.	Карта пути клиента		1	1		16,83	Преимущества Customer Journey. Сходства и различия моделей CJM и воронки продаж. Задачи исследования исследование Customer Journey. Графическое представление CJM. Основные блоки информации, которые входят в CJM. Этапы построения CJM. Ошибки проектирования. Инструменты построения CJM.
Экзамен			0,5			8,5	
Итого за 3 курс			6	6		86,83	
Итого			10	10			

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

№	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ак.часы	Форма контроля
1.	Проработка теоретического материала по конспектам лекций, рекомендованной литературе, дополнительным источникам информации	48	Консультация преподавателя, устное собеседование

2.	Подготовка к практическим занятиям: поиск необходимой информации, обработка информации, написание доклада, подготовка к выступлению (дискуссии)	48	Выступление с докладом, презентация, ответы на дискуссионные вопросы
3.	Подготовка к текущему контролю (тестирование)	50,83	Тесты
4.	Подготовка к промежуточной аттестации (вопросы к зачету, экзамену, итоговый тест)	12,25	Устное собеседование, тестирование

Для самостоятельной работы по дисциплине (модулю) обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1. Деньгов, В. В. Теория потребительского поведения : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18271-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/568838> (дата обращения: 05.11.2025).
2. Игрунова, О. М., Поведение потребителя и клиентская аналитика : учебное пособие / О. М. Игрунова. — Москва : КноРус, 2024. — 228 с. — ISBN 978-5-406-12773-5. — URL: <https://book.ru/book/952765> (дата обращения: 23.09.2024). — Текст : электронный.

3) *ФОММ по дисциплине «Поведение потребителей»*

7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в форме тестирования (зачет)

1. Предпосылки изучения поведения потребителей.
2. Эволюция теорий потребительского поведения.
3. Моделирование потребительского поведения.
4. Процесс покупательского поведения индивида.
5. Специфика требований различных групп потребителей.
6. Покупательское поведение организаций.
7. Обоснование оптимальных процессов сервиса, соответствующих запросам потребителей
8. Факторы, влияющие на процесс принятия потребителем решения о покупке – внешние и внутренние.
9. Культура и субкультура.
10. Влияние социального положения.
11. Влияние референтных групп на поведение потребителя.

12. Персональное влияние на поведение потребителя.
13. Потребительское поведение домашнего хозяйства.
14. Исследование поведения различных групп потребителей.
15. Особенности поведения различных групп потребителей в туризме.

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в форме тестирования (экзамен)

16. Основные закономерности восприятия.
17. Факторы, влияющие на обработку информации.
18. Учет механизма обработки информации в маркетинге.
19. Знания и отношение потребителей.
20. Содержание и организация знаний.
21. Отношение потребителей.
22. Изучение знаний и отношений.
23. Цели обучения потребителей.
24. Основные характеристики обучения.
25. Методы обучения.
26. Обучение в стратегии маркетинга.
27. Сущность мотивации и эмоций.
28. Теории мотивации.
29. Учет мотивации и эмоций в маркетинге.
30. Личные ценности и их изучение.
31. Личность и теории личности.
32. Учет ценностей и личности потребителя в маркетинге.
33. Ресурсы потребителей.
34. Распределение ресурсов в потребительском поведении.
35. Стил и образ жизни потребителей.
36. Методы описания жизненных стилей
37. Эффективные приемы и методы воздействия на поведение потребителей с учётом их социально-психологических особенностей.
38. Типы поведения потребителей
39. Индивидуальные характеристики покупателя.
40. Диверсификация услуг в соответствии с потребностями потребителей различных демографических, национальных и др. групп.
41. Стратегии организации туризма, учитывающей особенности поведения потребителей

Полный комплект заданий и этапов формирования компетенции представлен в Фонде оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине, оформленный отдельным документом, представлен в приложении 1.

8. Перечень основной, дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

а) нормативные правовые акты

1) *Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1) "О защите прав потребителей"*

2) *Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ*

б) основная литература:

1. Деньгов, В. В. Теория потребительского поведения : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18271-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/568838> (дата обращения: 05.11.2025).

2. Игрунова, О. М., Поведение потребителя и клиентская аналитика : учебное пособие / О. М. Игрунова. — Москва : КноРус, 2024. — 228 с. — ISBN 978-5-406-12773-5. — URL: <https://book.ru/book/952765> (дата обращения: 23.09.2024). — Текст : электронный.

в) дополнительная литература:

Деньгов, В. В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04211-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560489>

Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585402>

Куликова, М. А. Защита прав потребителей : учебник для вузов / М. А. Куликова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20631-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590376> (дата обращения: 20.05.2026).

Деньгов, В. В. Теория потребительского поведения : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18271-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589548> (дата обращения: 20.05.2026).

г) ресурсы сети «Интернет»:

1) *Сервис в России и за рубежом*// <http://service-rusjournal.ru/>

2) *Современные проблемы сервиса и туризма*// <https://www.spst-journal.org/index/0-2>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная подготовка обучающихся проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и других видах занятий, для выработки навыков самостоятельного применения новых, дополнительных знаний и подготовки к предстоящим учебным занятиям, зачету, экзамену.

Важным условием успешного изучения дисциплины является посещение лекций. Под посещением подразумевается не форма пассивного присутствия, а активная работа по изучению нового материала. Подготовка к лекционным занятиям включает в себя анализ предлагаемых для изучения вопросов, изучение нормативных источников и учебной и научной литературы по рассматриваемым вопросам лекции. В процессе лекции обучающийся может задавать уточняющие вопросы, осуществить взаимосвязь нового материала с уже изученным, подготовить базу для эффективного использования полученных знаний, облегчить подготовку к практическому занятию. Эффективным способом фиксации лекционного материала является конспектирование, представляющее собой не только фиксацию важнейших моментов лекции, но и указание примеров для понимания того или иного теоретического материала.

При подготовке к практическому занятию необходимо использовать конспектированные материалы лекций, учебную и научную литературу. Подготовка ответов по выносимым на обсуждение вопросам практического занятия включает в себя не только прочтение материала, но и его анализ и критическую оценку. Обучающемуся следует выявить малоизученные аспекты рассматриваемых вопросов, проявить инициативу при подготовке к практическому занятию.

При подготовке к практическим занятиями, зачету и экзамену рекомендуется систематизировать знания, изображая их в табличном, графическом или схематичном виде. Это позволит установить взаимосвязь изучаемых явлений, упростит задачу запоминания материала, облегчит процесс практического применения полученных знаний.

Задачей практических занятий является выработка умения использовать теоретические знания, проявить наличие практических навыков. При подготовке к практическому занятию следует заблаговременно обеспечить наличие необходимо для данного занятия материала, самостоятельно повторить ранее изученные темы.

Для успешного освоения дисциплины важным является умение работать с терминами и их определениями. Для работы с терминологией эффективным является использование как учебной и научной литературы, так и юридических и философских словарей.

Работа с терминами может осуществляться как в форме составления собственных тематических словариков для удобства и скорости поиска

необходимого термина. С этой целью необходимо каждый новый встречающийся термин записывать и во время подготовки к семинарским и практическим занятиям указывать соответствующее определение. В случае возникновения сложности выбора определения из имеющегося объема в рамках научного знания необходимо задавать вопросы преподавателю в рамках лекционных и практических занятий.

Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине «*Поведение потребителей*» включают в себя следующие виды занятий:

- интерактивные лекции, предполагают использование метода проблемного изложения. При таком подходе лекция становится похожей на диалог, преподавание имитирует исследовательский процесс (выдвигаются первоначально несколько ключевых постулатов по теме лекции, изложение выстраивается по принципу самостоятельного анализа и обобщения студентами учебного материала). Эта методика позволяет заинтересовать студента, вовлечь его в процесс обучения. Противоречия научного познания раскрываются посредством постановки проблемы. Учебная проблема и проблемная ситуация являются основными структурными компонентами проблемного обучения. Перед началом изучения определенной темы курса ставится перед студентами проблемный вопрос или дается проблемное задание. Стимулируя разрешение проблемы, преподаватель снимает противоречия между имеющимся ее пониманием и требуемыми от студента знаниями. Эффективность такого метода в том, что отдельные проблемы могут подниматься самими студентами. Главный успех данного метода в том, что преподаватель добивается от аудитории «самостоятельного решения» поставленной проблемы. Организация проблемного обучения представляется достаточно сложной, требует значительной подготовки лектора. Однако на начальном этапе использования этого метода его можно внедрять в структуру готовых, ранее разработанных лекций, практических занятий как дополнение.

- групповые дискуссии, применяются для обеспечения навыков командной работы и межличностной коммуникации и представляют собой оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения представленной темы, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Оценочные и методические материалы по дисциплине «*Поведение потребителей*» представлены в ФОММ.

При подготовке к промежуточному или итоговому тестированию необходимо изучить теоретический и практический материал. Тестовые задания (с перечнем возможных вариантов ответов, среди которых хотя бы один ответ является неверным) обеспечивают структурность мышления, вынужденного выбрать из предложенных вариантов ответ все правильные варианты. Тестовые задания на установления соответствия подразумевают необходимость проявления не только знания учебного материала, но и умения применять правила формальной логики. Тестовые задания на упорядочение направлены на установление логической последовательности

рассматриваемых явлений (времени существования явлений, расположения структурных элементов правовых документов и т.п.).

Эффективным способом для подготовки к тестированию является работа обучающегося по решению тестовых заданий, предоставленных для самостоятельной работы. Также при подготовке к такой форме контроля знаний, как решение тестовых заданий, следует самостоятельно попытаться проработать рассматриваемые в дисциплине вопросы в форме составления тестовых заданий.

При подготовке к экзамену следует иметь в виду, что он является итоговой формой контроля по изучению данной учебной дисциплины. Зачет подразумевает максимальную концентрацию знаний и умений, предполагающих полное изучение материала дисциплины.

Экзамен проводится в форме теста. Решение преподавателя об итоговой оценке в зависимости от шкалы оценки.

В связи с развитием научно-технического прогресса в такой ситуации надлежит воспользоваться материалами, находящимися в открытом доступе сети Internet. Также необходимо учитывать, что по состоянию на сегодняшний день многие справочные правовые системы содержат не только текст нормативных актов, но и научные статьи по различным вопросам (например, СПС «Консультант Плюс»). Рекомендуется использовать электронно-библиотечные системы.

В силу кратковременности изучения и значительного объема данной учебной дисциплины кафедра настоятельно рекомендует систематически, а не эпизодически работать над изучением курса.

10. Особенности освоения дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины «Поведение потребителей» инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институт обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения, а также пребывание в указанных помещениях. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. Перечень информационных технологий, профессиональных баз данных, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

- 1) Электронная библиотека Российской Государственной библиотеки // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.rsl.ru/>
- 2) Университетская Информационная Система (УИС) РОССИЯ// [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp>
- 3) Общероссийская Сеть распространения правовой информации КонсультантПлюс// [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
- 4) Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU//[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

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

Специализированные аудитории:
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / компьютерный класс / помещение для самостоятельной работы
Технические средства обучения:
компьютер с программным обеспечением, указанным в п.11, доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Специализированные аудитории:
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*
Технические средства обучения:
мультимедийный комплекс
компьютер с программным обеспечением, указанным в п.11