

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор - проректор по учебной  
работе и дистанционному обучению



В.В. Закурдаева

«1» сентября 2019 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.09.01 «Мерчендайзинг»

(ОФО, ЗФО)

Направление подготовки  
38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО  
Профиль «Коммерция»

**Курск 2019**

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.11.2015 № 1334.

Разработчики:

к.э.н. Рюмшин А.В.

(занимаемая должность)

(ФИО)



(подпись)

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры экономики  
Протокол № 1 от «30» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой: к.э.н., профессор МЭБИК Огороков В.М.

(ученая степень, звание, Ф.И.О.)

(подпись)



## **1. Цель и задачи освоения дисциплины**

**Цель дисциплины** Освоение обучающимися современных технологий, приемов и методов мерчандайзинга.

**Задачи:** формирование ассортиментной политики; наиболее оптимальное и удобное размещение оборудования, отделов, секций, товаров в сочетании с информационным сопровождением и формирование ситуаций в торговом зале; создание благоприятной атмосферы магазина; содействие продажам товаров и их марок; разработка и внедрение рациональной планировки торгового зала, и размещение товаров; разработка и применение средств и методов мерчандайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов.

## **2. Место дисциплины в структуре программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.01 «Мерчандайзинг» входит в блок Б1 «Вариативная часть» учебного плана. Дисциплина «Мерчандайзинг» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с дисциплинами основной образовательной программы. Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении предшествующих дисциплин: «Маркетинг». Знания, компетенции, приобретенные при освоении дисциплины «Мерчандайзинг» будут использованы при изучении специальных дисциплин: «Методы стимулирования продаж», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации».

## **3. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:**

### **3.1 Обучающийся должен:**

**Знать:** сущность и содержание основных понятий и категорий дисциплины; основные формы организации и управления мерчандайзингом на предприятии; основные правила создания эффективной системы успешного мерчандайзинга; приемы создания благоприятной атмосферы в торговом зале; эффективные схемы расположения товарных групп и выкладки в торговом зале с учетом психологии потребителей; специфику разработки маркетинговых решений и планов в местах продаж на основе моделей потребительского поведения; особенности поведения потребителей в местах продажи; мерчандайзинговые подходы к управлению поведением посетителей на основе восприятия и ощущений.

**Уметь:** формулировать цели мерчандайзинга с учетом факторов как внутренней, так и внешней среды; применять средства и методы мерчандайзинга для продвижения товарного ассортимента и отдельных продуктов; использовать инструменты Мерчандайзинга в процессе выкладки товаров; эффективно распределять торговое пространство магазина; оценивать эффективность расположения товаров; разрабатывать оптимальную и обоснованную бизнес-стратегию в пунктах продаж; изучать зарубежный опыт и внедрять новые формы и методы организации торгово-технологического процесса в местах продаж .

**Владеть:**знаниями по увязке инструментария мерчандайзинга с общетеоретическим и практическим инструментарием маркетинга; навыками создания благоприятных условий в торговом помещении для совершения покупок и увеличения продаж; навыками формирования торгового пространства; навыками распределения товаров в торговом зале торгового предприятия; навыками изучения и прогнозирования спроса потребителей; навыками анализа маркетинговой информации.

### **3.2 В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:**

Профессиональные компетенции:ПК1 - способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;ПК2 - способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери; ПК3 - готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

### 3.3. Компетенции и индикаторы (показатели) их достижения

ПК - Профессиональные компетенции

Код	Наименование компетенции	наименование показателя достижения компетенции
ПК-1	способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	управляет ассортиментом и качеством товаров и услуг
ПК-2	способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	осуществляет управление торгово-технологическими процессами на предприятии торговли
ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	анализирует маркетинговую информацию и применяет полученные результаты на практике и разрабатывает алгоритм реализации рекламной кампании, направленной на потребителей товаров

### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Форма обучения Очная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр(ы)
		3
Контактная работа (всего)	32.3	32.3
В том числе:		
Лекционные занятия	16	16
Практические занятия	16	16
Контактная работа на аттестации	0.3	0.3
Самостоятельная работа	75.7	75.7
<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>з.е.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

### Форма обучения Заочная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр(ы)
		5
Контактная работа (всего)	4.3	4.3
В том числе:		
Лекционные занятия	2	2
Практические занятия	2	2
Контактная работа на аттестации	0.3	0.3
Самостоятельная работа	100	100
Часы на контроль	3.7	3.7
<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>з.е.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Разделы/темы дисциплины и виды занятий

#### Форма обучения Очная

№ п/п	Наименование разделов/тем дисциплины	Лекции	Прак. занятия	СРС	Катт	Контроль
	Тема 1. Мерчандайзинг в системе розничных продаж	2	4	15		
	Тема 2. Поведение потребителя как компонент системы мерчандайзинга	2	2	10		
	Тема 3. Внутренняя планировка магазина и подбор торгового оборудования	2	2	10		
	Тема 4. Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в местах продаж	2	2	10		
	Тема 5. Размещение POS-материалов в местах продаж	2	2	10,7		
	Тема 6. Эмоционально-чувственные инструменты мерчандайзинга	2	2	10		
	Тема 7. Организация системы мерчандайзинга в компании	4	2	10		
	<b>ИТОГО:</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>75.7</b>	<b>0.3</b>	

#### Форма обучения Заочная

№ п/п	Наименование разделов/тем дисциплины	Лекции	Прак. занятия	СРС	Катт	Контроль
	Тема 1. Мерчандайзинг в системе розничных продаж	1		15		
	Тема 2. Поведение потребителя как	1		15		

	компонент системы мерчандайзинга					
	Тема 3. Внутренняя планировка магазина и подбор торгового оборудования		1	15		
	Тема 4. Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в местах продаж		1	15		
	Тема 5. Размещение POS-материалов в местах продаж			15		
	Тема 6. Эмоционально-чувственные инструменты мерчандайзинга			15		
	Тема 7. Организация системы мерчандайзинга в компании			10		
	<b>ИТОГО:</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>0.3</b>	<b>3.7</b>

## 5.2. Содержание разделов/тем дисциплины

№ п/п	Наименование раздела/темы дисциплины	Содержание раздела/темы
	Тема 1. Мерчандайзинг в системе розничных продаж	Понятие и значение мерчандайзинга в современном торговом бизнесе. Цели, задачи, принципы и функции мерчандайзинга. Происхождение и эволюция мерчандайзинга. Классификация мест продаж и формы продажи. Формы организации и управления мерчандайзингом на предприятии. Основные средства и методы мерчандайзинга. Правила создания эффективной системы успешного мерчандайзинга. Развитие мерчандайзинга на современном этапе. Понятие, сущность и виды ассортимента товаров. Варианты размещения отдела мерчандайзинга в организационной структуре компании.
	Тема 2. Поведение потребителя как компонент системы мерчандайзинга	Особенности поведения потребителей в местах продажи. Формирование принципов мерчандайзинга на основе теорий рефлексов. Распределение познавательных ресурсов в пространстве торгового зала и во времени. Управление поведением посетителей на основе восприятия и ощущений. Законы зрительного восприятия товара покупателем в местах продаж. Психологические особенности различных категорий покупателей. Импульсивная покупка и факторы, влияющие на увеличение импульсивных покупок в торговом зале.
	Тема 3. Внутренняя планировка магазина и подбор торгового	Цели внутренней планировки магазина. Виды технологических планировок торгового зала. Разработка системы

	оборудования	навигации в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон в торговом зале. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров и регулирование покупательских потоков. Правило «золотого треугольника» и его влияние на психологию покупателя. Перекрестный мерчандайзинг: правила сочетания товаров в категории. Последовательность размещения отделов и секций в торговом зале. Распределение площади подсобных помещений: организация эффективного расположения товарных запасов.
	Тема 4. Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в местах продаж	Понятие «выкладка товара». Цели использования выкладки товаров. Понятие планограмма. Принципы составления планограмм. Дисплейная выкладка. Инструменты представления товара в мерчандайзинге. Приёмы представления товара в мерчандайзинге. Основные типы выкладки товаров в мерчандайзинге и их краткая характеристика.
	Тема 5. Размещение POS-материалов в местах продаж	Цели, задачи и функции POS-материалов в местах продаж. Классификация средств внутримагазинной рекламы. Принципы размещения POS-материалов в торговых зонах магазина. Правила эффективной презентации товара в местах продаж
	Тема 6. Эмоционально-чувственные инструменты мерчандайзинга	Понятие и сущность атмосферы магазина, классификация ее элементов. Структура и общая характеристика эмоционально-чувственных составляющих атмосферы магазина. Влияние факторов атмосферы магазина на адаптивные свойства посетителей. Способы устранения дискомфорта от восприятия составляющих атмосферы магазина.
	Тема 7. Организация системы мерчандайзинга в компании	Варианты размещения отдела мерчандайзинга в организационной структуре компании. Функции и обязанности сотрудников отдела мерчандайзинга. Разработка и реализация программы мерчандайзинга. Механизм оценки эффективности мерчандайзинга на предприятии и работы мерчандайзеров. Организация процесса разработки и внедрения стандартов мерчандайзинга в розничной сети.

## 6. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины



Наименование раздела/темы дисциплины	Формируемые компетенции		
Тема 1. Мерчендайзинг в системе розничных продаж	ПК1	ПК2	ПК3
Тема 2. Поведение потребителя как компонент системы мерчендайзинга	ПК1	ПК2	ПК3
Тема 3. Внутренняя планировка магазина и подбор торгового оборудования	ПК1	ПК2	ПК3
Тема 4. Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров в местах продаж	ПК1	ПК2	ПК3
Тема 5. Размещение POS-материалов в местах продаж	ПК1	ПК2	ПК3
Тема 6. Эмоционально-чувственные инструменты мерчендайзинга	ПК1	ПК2	ПК3
Тема 7. Организация системы мерчендайзинга в компании	ПК1	ПК2	ПК3

## 7. Методические рекомендации преподавателям по дисциплине

При изучении курса «Мерчендайзинг» используются различные образовательные технологии, такие как:

### **Лекционно-практическая-зачетная система**

Дает возможность сконцентрировать материал в блоки (разделы/темы) и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся во время текущей и промежуточной аттестации.

При проведении лекции предусмотрено использование аудиовизуальных методов с включением возможностей интернет-формата. Тематика лекционного материала представляет основной теоретический контент курса, в то время как семинарские занятия посвящены преимущественно изучению практики экономического развития. В силу того, что информационная база по практике быстро меняется, акцент сделан на использовании текущей информации. Практическая направленность семинарских занятий усиливается тем фактом, что 50% этих занятий проводится в компьютерном классе с использованием доступа к интернет-ресурсам. На основании самостоятельно подобранных материалов студенты после каждого занятия в интернет-классе пишут аналитическую работу или реферат. Ознакомление с актуальными проблемами развития происходит в интерактивном формате работы с кейсами, дискуссий, в том числе с использованием формата мини-групп, представляющих оппозиционные взгляды, имитирующих работу национальных властных структур. Широко используется такой наглядный метод, как презентации в формате PowerPoint. В завершение курса проводится деловая ролевая игра. Подобные формы работы по курсу содействуют развитию у студентов навыков аналитической, экспертной и коллегиальной работы, что составляет основу профессиональных навыков. Кроме того, для текущего контроля знаний студентов используется такая традиционная форма, как опрос. Акцент в преподавании делается на интерактивные формы обучения, что обеспечивает долю последних не менее 40% от общего количества.

### **Проблемное обучение**

Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности обучающихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности.

### **Разноуровневое обучение**

У преподавателя появляется возможность помогать «неуспевающему» студенту, при этом уделять внимание остальным обучающимся в группе, реализуется желание «сильных» учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. «Сильные» учащиеся утверждают в своих способностях, «слабые» получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.

#### **Проектные методы обучения**

Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности обучающихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению.

#### **Исследовательские методы в обучении**

Дают возможность обучающимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения и для определения индивидуальной траектории развития каждого менеджера.

#### **Технология использования в обучении игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр**

Расширение кругозора, развитие познавательной деятельности, формирование определенных умений и навыков, компетенций, необходимых в практической деятельности.

#### **Обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа)**

Сотрудничество трактуется как идея совместной развивающей деятельности обучающихся.

#### **Информационно-коммуникационные технологии**

Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

#### **Система инновационной оценки «портфолио»**

Формирование персонифицированного учета достижений обучающегося как инструмента педагогической поддержки социального самоопределения, определения траектории индивидуального развития личности. Использование широкого спектра педагогических технологий дает возможность ППС продуктивно использовать время аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) работы студента.

### **8. Методические рекомендации для преподавателей для проведения текущего контроля успеваемости/промежуточной аттестации по дисциплине**

**Текущий контроль** успеваемости в рамках дисциплины проводятся с целью определения степени освоения обучающимися образовательной программы.

Текущий контроль успеваемости обучающийся проводится по каждой теме учебной дисциплины и включает контроль знаний на аудиторных и внеаудиторных занятиях в ходе выполнения самостоятельной работы.

**Промежуточная аттестация** обучающихся проводится в форме сдачи экзамена.

**Зачет** дается согласно расписанию и служит формой проверки учебных достижений обучающихся по всей программе учебной дисциплины и преследуют цель оценить учебные достижения за академический период. Студент может быть освобожден от зачета в случае отличного выполнения комплекта оценочных материалов по дисциплине.

### **9. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины, в том числе для самостоятельной работы обучающихся**

#### **1. Работа над понятиями**

1. Знать термин.

2. Выделить главное в понятии.
3. Выучить определение.
4. Уметь использовать понятие в различных формах ответа.

### **2. Запись лекции**

1. Настроиться на запись лекции (состояние внутренней готовности, установка).
2. Соблюдать единый орфографический режим:
  - а) записать дату, тему, план, рекомендованную литературу;
  - б) вести запись с полями;
  - в) выделять главное, существенное (подчеркивая, абзацы, цвет, пометки на полях и т.д.).
3. Запись вести сжато, но без искажения содержания.
4. Выделять основные понятия, определения, схемы, факты, сведения, статистические данные.

### **3. Работа с источником информации:**

1. Познакомиться в целом с содержанием источника информации:
  - а) чтение аннотации источника;
  - б) чтение вступительной статьи;
  - в) просматривание оглавления;
  - г) чтение источника с выделением основных проблем и выводов;
  - д) работа со словарем с целью выяснения значений понятий.
2. Составить план темы:
  - а) выделить логически законченные части;
  - б) выделить в них главное, существенное;
  - в) сформулировать вопросы или пункты плана;
  - г) ставить вопросы по прочитанному.

### **4. Конспектирование:**

1. Определить цель конспектирования.
2. Составить план.
3. Законспектировать источник:
  - а) указать автора статьи, ее название, место и год написания, страницы;
  - б) составить конспект по следующим формам (по указанию преподавателя или выбору студента): 1. Цитатный план. 2. Тезисный план.

## **10. Перечень информационных технологий**

<b>При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующее:</b>	
<b>Оборудование:</b>	Проектор; Интерактивная доска; Ноутбук; Экран на треноге; ПК; Колонки.
<b>Программное обеспечение и информационно справочные системы:</b>	ЭБС Znanium; КонсультантПлюс; Windows XP Professional SP3; Windows 7; Microsoft Office 2007; Microsoft Office 2010; Антивирус DoctorWeb; Gimp 2;

CorelDrawGraphicsSuiteX4; 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
---

## 11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

### а) основная литература

1. Маркетинг торгового предприятия / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В. - М.: Дашков и К, 2018. - 284 с.: ISBN 978-5-394-02068-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415048>
  2. Мерчандайзинг: Учебное пособие / Алексина С.Б., Иванов Г.Г. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 152 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) (Обложка) ISBN 978-5-8199-0580-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/443903>
  3. Мерчандайзинг: Учебно-практическое пособие / Давыдкина И.Б. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 162 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) ISBN 978-5-16-105726-1 (online) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/899750>
- б) дополнительная литература

1. Управление продажами : учебник / под общ.ред. С.В. Земляк. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 300 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/926815>
2. Продажи и управление продажами / Джоббер Д., Ланкастер Д. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 622 с.: ISBN 5-238-00465-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872281>
3. Маркетинг розничной торговли // В кн.: Маркетинг: учебник по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент». Уровень подготовки «Бакалавр»: Статья / Казаков С.П. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 46 с.: - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/56128>
4. Маркетинг розничного торгового предприятия: Учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, 2010. - 159 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0152-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/201902>
5. Маркетинг: Учебник / В.В. Кислицына. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 464 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0490-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/249843>
6. Маркетинг услуг: Учебник / Т.А. Тультаев. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-005021-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/260847>
7. Маркетинг коммерции. Практикум: Учебное пособие / И.М. Синяева, Г.М. Мишулин, М.А. Фойгель, Х.А. Константиныди; Под ред. проф. И.М. Синяевой - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 184 с.: 60x90 1/16. (п) ISBN 978-5-9558-0277-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/361399>

### в) Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека (электронные статьи по экономике) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
2. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (электронные статьи) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru>
3. Электронная библиотека по бизнесу, финансам, экономике и смежным темам (электронные книги) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finbook.biz>.
4. <http://www.rsl.ru/> (сайт Российской Государственной библиотеки).
5. <http://www.gks.ru> (сайт Г оскомстата РФ).
6. <http://www.hrm.ru/> (специализированный сайт для HRменеджеров).
7. <http://www.minzdravsoc.ru/> (сайт Министерства труда и социального развития РФ).

8. <http://www.chelt.ru>(сайт журнала "Человек и труд").  
 9. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> Научная электронная библиотека.  
 10. <http://www.minfin.ru> Министерство финансов РФ

**12. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

<b>Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий</b>	<b>№ аудитории</b>	<b>Перечень оборудования и технических средств обучения</b>
<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа.</p> <p>Кабинеты, оснащенные мультимедийным оборудованием</p>	<p>№ 001, № 002, № 215, № 309, № 406</p>	<p>Средства звуковоспроизведения с мультимедийными комплексами для презентаций, интерактивная доска.</p> <p>Ноутбук, комплект мультимедиа, экран, техническое и программное обеспечение, подключение к Internet, доска фломастерная, флип-чат.</p>
<p>Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа/практических занятий.</p> <p>Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций.</p> <p>Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации.</p>	<p>№ 403, № 206, № 200, № 202, № 107, № 110, № 207</p>	<p>Учебные рабочие места</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Компьютер Cel 3 ГГц, 512Мб, 120Гб, FDD,</li> <li>• Компьютер Intel Pentium Dual CPU 1,8 ГГц, 2048 Мб</li> <li>• Компьютер Intel Core i3 CPU 3,4 ГГц, 4 Гб</li> <li>• Компьютер Intel Core i5 CPU 3,2 ГГц, 4 Гб</li> <li>• Лицензионное программное обеспечение - Windows XP Professional SP3, Windows 7</li> <li>• Microsoft Office 2007, 2010</li> <li>• 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях</li> <li>• Антивирус DoctorWeb</li> <li>• Консультант Плюс</li> <li>• Corel Draw Graphics Suite X4</li> <li>• Adobe Connect 9 (вебинар)</li> </ul>
<p>Помещение для самостоятельной работы</p>	<p>№ 102</p>	<p>столы компьютерные 13 шт., столы с дополнительным расширением для инвалидов и лиц с ОВЗ 2 шт., стулья 6 шт., компьютеры benq 17" lcd/cel 3мгц /512 mb/80 gb 9 шт. доска фломастерная 2-х сторонняя передвижная 1 шт., сплит-система LG 1 шт., жалюзи (пластик) 4 шт., кресло 9 шт., огнетушитель 1 шт.</p>
<p>Библиотека</p>	<p>№ 004</p>	<p>Каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы</p>
<p>Читальный зал библиотеки</p>	<p>№ 003</p>	<p>Рабочие места с ПК – для обучения работе с индексирующими поисковыми системами в Internet</p>

<b>Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий</b>	<b>№ аудитории</b>	<b>Перечень оборудования и технических средств обучения</b>
Аудитория для хранения учебного оборудования	№ 111	