

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.07.2024 11:25:16  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Технологический институт текстильной и легкой промышленности  
Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий  
Кафедра из кожи

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Инструменты повышения лояльности покупателей

Уровень образования	бакалавриат			
Направление подготовки	29.03.05	Конструирование	изделий	легкой
Направленность (профиль)	Художественное	моделирование	и	цифровое
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года	проектирование изделий из кожи		
Форма(-ы) обучения	очная			

Рабочая программа учебной дисциплины Инструменты повышения лояльности покупателей основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 11 от 22.04.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Доцент А.А. Фокина

Заведующий кафедрой: В.В. Костылева

## 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Инструменты повышения лояльности покупателей» изучается в восьмом семестре.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации: зачет

1.2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Инструменты повышения лояльности покупателей» к части, формируемой участниками образовательных отношений, Элективная дисциплина.

Основой для освоения *дисциплины* являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам обязательной части и практикам:

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

– Производственная практика. Научно-исследовательская работа.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

## 2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями изучения дисциплины «Инструменты повышения лояльности покупателей» является: Задачами дисциплины являются:

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.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен анализировать модные тенденции в моделировании обуви и кожгалантерейных изделиях, исследовать потребительские требования, предъявляемые к обуви и кожгалантерейным изделиям с последующим применением результатов на практике	ИД-ПК-1.1 Проведение ретроспективного анализа, исследование и проведение сравнительной оценки дизайна моделей и коллекций обуви и кожгалантерейных изделий для определения факторов дизайна, способствующих успеху на рынке  ИД-ПК-1.2 Определение существующих и потенциальных нужд и предпочтений потребителей и значимых для них характеристик обуви и кожгалантерейных изделий
ПК-2 Способен применять комплексные знания и системное понимание методов, приемов и технологий в проектировании и производстве обуви и кожгалантерейных изделий и анализировать информацию, полученную на различных этапах производства	ИД-ПК-2.1 Исследование свойств материалов и характеристик производственного оборудования для выполнения работ по проектированию процессов изготовления обуви и кожгалантерейных изделий

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины/модуля по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------

#### 3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/ курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
8 семестр	зачет	96	18		36			42	
Всего:		96	18		36			42	

## 3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
<b>Восьмой семестр</b>							
ПК-1	<b>Раздел I. Особенности поведения покупателей</b>					10	
ИД-ПК-1.1	Процесс принятия решения покупателем. Психологические особенности человеческого восприятия.	2					Формы текущего контроля по разделу I: Реферат
ИД-ПК-1.2	лабораторная работа №1 «СОЗДАНИЕ «MOOD BOARD» - ДОСКИ ВДОХНОВЕНИЯ»			7			Оформление лабораторных работ
ПК-2	лабораторная работа №2 "Разработка стратегии позиционирования торговой марки			7			Оформление лабораторных работ
ИД-ПК-2.1	лабораторная работа №3 Разработка товарного знака. Подбор цветовой гаммы и фирменного стиля			7			Оформление лабораторных работ
	<b>Раздел II. Подход к планировке магазина</b>					10	
	Содержание и цели внутренней планировки. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров. Характеристики движения покупателей по магазину. Размещение площади подсобных помещений	4					Формы текущего контроля по разделу II: тестирование, защита лабораторных работ
	лабораторная работа №4 Анализ торгового помещения			7			Оформление лабораторных работ
	<b>Раздел III. Эффективное размещение торгового оборудования</b>					10	
	Виды торгово-технологического оборудования. Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала.	2					Формы текущего контроля по разделу III: тестирование, защита лабораторных работ
	<b>Раздел IV. Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров</b>						Формы текущего контроля

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
	Сущность выкладки и её разновидности. Общие принципы и стандарты выкладки. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота	2					по разделу IV: тестирование защита лабораторных работ
	лабораторная работа №5 Характеристика торгового оборудования			8			
ПК-1	<b>Раздел V. Формирование атмосферы торгового зала</b>				6		
ИД-ПК-1.1	Атмосфера как фактор создания привлекательного образа торгового зала.	2					
ИД-ПК-1.2	Цвет и музыка в торговом помещении. Ароматизация в торговом зале						
ПК-2	<b>Раздел VI. Формирование поведения посетителя и определение предпосылок для посещения торгового зала.</b>				6		
ИД-ПК-2.1	Схема этапов процесса принятия решения о покупке. Виды покупок и инструмента воздействия на покупателя. Принятие решения о покупке в торговом зале. Основные способы возбуждения интереса и привлечения внимания покупателя. Управление поведением потребителем на основе восприятий и ощущений.	2					
	Реклама в местах продажи.	2					
	Цели, функции и виды рекламы в местах продажи.	2					
	Зачет	x	x	x	x	x	зачет по совокупности результатов текущего контроля успеваемости или в форме электронного тестирования согласно программе зачета
<b>ИТОГО за восьмой семестр</b>		<b>18</b>		<b>36</b>		<b>42</b>	

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I.</b>	<b>Особенности поведения покупателей</b>	
Тема 1.1	Процесс принятия решения покупателем. Психологические особенности человеческого восприятия.	Процесс принятия решения о покупке. Поведение потребителя при совершении покупки. Свойства восприятия. Воздействие на акт покупки через восприятие. Типология движения по магазину. Зоны обзора. Категории покупок
<b>Раздел II.</b>	<b>Подход к планировке магазина</b>	
Тема 2.1	Содержание и цели внутренней планировки. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров. Характеристики движения покупателей по магазину. Размещение площади подсобных помещений	Планировка торгового зала. Виды технологической планировки торгового зала: линейная (решетка), боксовая (трек или петля), смешанная, выставочная и свободная (произвольная). Размещение отделов и секций и деление торговой площади на три зоны (адаптации, покупки и возвращения). Горячие и холодные зоны торгового зала. Перекрестная торговля, метод импульсных продаж и продажа товаров по методу ABC
<b>Раздел III.</b>	<b>Эффективное размещение торгового оборудования</b>	
Тема 3.1	Виды торгово-технологического оборудования. Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала.	Принципы размещения товаров. Лучшие места в торговом зале. Возможности для покупателя и продавца, обеспечиваемые за счет распределения товаров. Особенности размещения отдельных групп товаров.
<b>Раздел IV.</b>	<b>Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров</b>	
Тема 4.1	Сущность выкладки и её разновидности. Общие принципы и стандарты выкладки. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота	Понятие, типы и критерии выкладки товаров. Уровни выкладки. Правила выкладки. Правило представления. Правило «лицом к покупателю». Правило определения места на полках. Правило приоритетных мест.
<b>Раздел V.</b>	<b>Формирование атмосферы торгового зала</b>	
Тема 5.1	Атмосфера как фактор создания привлекательного образа торгового зала. Цвет и музыка в торговом помещении. Ароматизация в торговом зале	Невербальные методики воздействия (звук, запах, свет и цвет) на покупателя. Виды звукового ряда в магазинах: 1) фоновая музыка; 2) звуковая реклама; 3) живые речевые сообщения. Живые речевые сообщения и звуковые эффекты. Основные функции и приемы освещения. Влияние чувственных компонентов на принятие решения покупателем.

<b>Раздел VI.</b>	<b>Формирование поведения посетителя и определение предпосылок для посещения торгового зала.</b>	
	Схема этапов процесса принятия решения о покупке. Виды покупок и инструмента воздействия на покупателя.	Принятие решения о покупке в торговом зале. Основные способы возбуждения интереса и привлечения внимания покупателя. Управление поведением потребителем на основе восприятий и ощущений.

### 3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, лабораторным занятиям и экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение индивидуальных заданий;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед экзаменом по необходимости.

Перечень разделов/тем/, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
<b>Раздел I.</b>	<b>Особенности поведения покупателей</b>			
Тема 1.1	Процесс принятия решения покупателем. Психологические особенности человеческого восприятия	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	7
<b>Раздел II.</b>	<b>Подход к планировке магазина</b>			

Тема 2.1	Содержание и цели внутренней планировки. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон.	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	7
<b>Раздел III.</b>	<b>Эффективное размещение торгового оборудования</b>			
Тема 3.1	Виды торгово-технологического оборудования. Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала.	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	7
<b>Раздел IV.</b>	<b>Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров</b>			
Тема 4.1	Сущность выкладки и её разновидности. Общие принципы и стандарты выкладки. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	7
<b>Раздел V.</b>	<b>Формирование атмосферы торгового зала</b>			
Тема 5.1	Атмосфера как фактор создания привлекательного образа торгового зала. Цвет и музыка в торговом помещении. Ароматизация в торговом зале	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	7
<b>Раздел VI.</b>	<b>Формирование поведения посетителя и определение предпосылок для посещения торгового зала.</b>			
	Схема этапов процесса принятия решения о покупке. Виды покупок и инструмента воздействия на покупателя.	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	7

### 3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Учебная деятельность частично проводится на онлайн-платформе за счет применения учебно-методических электронных образовательных ресурсов:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
обучение с веб-поддержкой	учебно-методические электронные образовательные ресурсы университета 1 категории		организация самостоятельной работы обучающихся
	учебно-методические электронные образовательные ресурсы университета 2 категории		в соответствии с расписанием текущей/промежуточной аттестации



#### 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

##### 4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
					ПК-1 ИД-ПК-1.1 ИД-ПК-1.2 ПК-2 ИД-ПК-2.1
высокий	85 – 100	отлично			<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения;</li> <li>– дополняет теоретическую информацию сведениями профессионального и исследовательского характера;</li> <li>– свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе;</li> <li>– дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные</li> </ul>

					ответы на вопросы, в том числе, дополнительные.
повышенный	65 – 84	хорошо			<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– достаточно подробно, грамотно и по существу излагает изученный материал, приводит и раскрывает в тезисной форме основные понятия;</li> <li>– анализирует теоретические положения метрологии, стандартизации и сертификации;</li> <li>– допускает единичные негрубые ошибки;</li> <li>– достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</li> </ul>
базовый	41 – 64	удовлетворительно			<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП;</li> <li>– испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами;</li> <li>– демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине Инструменты</li> </ul>

					повышения лояльности покупателей.
низкий	0 – 40	неудовлетворительно	Обучающийся: <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;</li> <li>– испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками, приёмами и терминологией.</li> </ul>		

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине Инструменты повышения лояльности покупателей проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

### 5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	Темы рефератов по разделу «Особенности поведения покупателей»	1. Сезонный мерчандайзинг: управление сезонными продажами. 2. Поведение потребителя как компонент технологий мерчандайзинга. 3. Мерчандайзинг как программирование поведения покупателя. 4. Основные этапы процесса принятия потребителем решения о покупке и роль мерчандайзинга на данных этапах. 5. Поведенческие составляющие метода импульсивных покупок. 6. Импульсивная покупка и факторы, влияющие на увеличение импульсивных покупок в торговом зале.
2	Тестирование по разделу «Подход к планировке магазина»	1. К факторам, формирующим планировку магазина, не относят: <ul style="list-style-type: none"> <li><b>А) тип и формат торгового предприятия</b></li> <li>Б) конфигурацию торгового зала</li> <li>В) организацию покупательских потоков</li> <li>Г) факторы, связанные с психологическими особенностями и другими составляющими природы человека</li> </ul>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>2. Наличие специальных помещений для организации торгового процесса и рационального движения покупательских и торговых потоков это:</p> <p>А) технические требования  Б) экономические требования  <b>В) технологические требования</b>  Г) экономические требования</p> <p>3. Какая площадь определяется в соответствии с целями розничного торговца и площадью торгового зала магазина</p> <p>А) установочная  <b>Б) для дополнительного обслуживания</b>  В) площадь расчета  Г) площадь приемки</p>
3	Тестирование по разделу «Эффективное размещение торгового оборудования е»	<p>1. Витрины, которые размещаются в непосредственной близости к магазину: по фасаду здания или перед входом в магазин это:</p> <p>А) внутримагазинные витрины  <b>Б) наружные витрины</b>  В) товарные витрины  Г) уличные витрины</p> <p>2. Высота витрины протоварного магазина должна быть:</p> <p><b>А) 2,5 м.</b>  Б) 2,9 м.  В) 2,3м.  Г) 2 м.</p> <p>3. Какие витрины демонстрируют, например, только галантерейный товар:</p> <p>А) узкоспециализированные  Б) комплексные  В) индивидуальные  <b>Г) специализированные</b></p> <p>4. Какие витрины оформляют, например, на тему Рождества Христова, Первомайского Праздника весны и труда и т.д.</p> <p><b>А) бестоварные</b>  Б) товарно-декоративные  В) сюжетные  Г) тематические</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>5. По техническим средствам устройства витрины подразделяются на:</p> <p>А) товарные, товарно-декоративные и бестоварные.</p> <p><b>Б) статические, электродинамические и комбинированные.</b></p> <p>В) узкоспециализированные, специализированные и комплексные.</p> <p>Г) с глухой задней стенкой (закрытые) и сквозные, т.е. без задней стенки, открытые в сторону торгового зала</p>
4	Тестирование по разделу «Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров»	<p>1. Какие товары называют магазинообразующими товарными группами.</p> <p>А) товары периодического спроса.</p> <p>Б) товары импульсного спроса</p> <p><b>В) товары повседневного спроса.</b></p> <p>Г) элитные товары</p> <p>2. Для каких товаров следует избегать расположения их друг с другом:</p> <p>А) элитные товары</p> <p><b>Б) товары повседневного спроса.</b></p> <p>В) товары периодического спроса.</p> <p>Г) товары импульсного спроса</p> <p>3. Площадь, расположенная между входной дверью, кассой и самым ходовым товаром в магазине называется:</p> <p>А) золотой серединой</p> <p><b>Б) золотым треугольником</b></p> <p>В) золотым маршрутом</p> <p>Г) золотой прямой</p> <p>4. Для каких товаров организуются дополнительные места продажи (несколько вариантов):</p> <p><b>А) импульсивного спроса</b></p> <p>Б) повседневного спроса</p> <p><b>В) с высоким оборотом</b></p> <p>Г) с низким оборотом</p> <p>5. Под выкладкой понимается (возможно несколько вариантов):</p> <p><b>А) размещение товара (торговых марок) на торговом оборудовании в зависимости от типа розничной точки и места в торговом зале</b></p> <p><b>Б) поддержание определенного объема и ассортимента товара</b></p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p><b>В) размещение и заимствование популярности у других торговых марок</b>  <b>Г) ротация продукции в зависимости от срока годности</b></p> <p>6. При данном типе выкладки на самой нижней полке размещается товар самых больших размеров или более дешевый. Товар выкладывается слева направо по серии, по уменьшению объема:  А) вертикальная  <b>Б) горизонтальная</b>  В) дисплейная  Г) все варианты верны</p> <p>7. Исходные положения и закономерности, на которых основывается размещение товаров в торговом зале это:  А) правила выкладки  Б) нормы выкладки  <b>В) принципы выкладки</b>  Г) методы выкладки</p> <p>8. Какая композиция базируется на устойчивом равновесии составляющих ее элементов:  <b>А) симметричная</b>  Б) плоская  В) асимметричная  Г) объемная</p> <p>9. Выкладка-напоминание это:  А) выкладка, в которой значительное место отводится рекламной информации — проспектам, плакатам и листовкам с техническими характеристиками и особенностями товаров (схемы, чертежи товара с пояснениями).  Б) в которой акцент делается на возможностях применения товара (прилагаются разнообразные рекомендации по режимам использования, предпочтительные варианты использования).  <b>В) при создании которой имеют целью сформировать образ товара посредством использования рекламных призывов, картинок, фотографий.</b>  Г) ни один из вариантов не соответствует</p>
5	Тестирование по разделу «Формирование атмосферы торгового зала»	<p>1. Факторы, формирующие атмосферу магазина, имеют отношение к явлениям, происходящим за пределами магазина, характер которых отражается на восприятии посетителей это:  А) факторы внутренней среды  Б) антропогенные факторы  <b>В) факторы внешней среды</b></p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>Г) факторы развития</p> <p>2. Адекватные раздражители это:</p> <p>А) раздражители, которые не соответствуют природе человека и, как правило, нежелательны.</p> <p><b>Б) раздражители, на действия которых организм приспособился реагировать соответственно в естественных условиях</b></p> <p>В) раздражители, которые соответствуют природе человека но, как правило, нежелательны.</p> <p>Г) раздражители, на действия которых организм приспособился реагировать соответственно в искусственных условиях</p> <p>3. Все элементы атмосферы магазина подразделяют на:</p> <p>А) поведенческие, организационные и органолептические.</p> <p><b>Б) психологические, организационные и органолептические.</b></p> <p>В) психологические, ситуационные и органолептические.</p> <p>Г) психологические, организационные и искусственно формируемые.</p> <p>4. Совокупность субъектов, взаимодействие которых может повлиять на поведение посетителей торгового предприятия это:</p> <p><b>А) антропогенная среда</b></p> <p>Б) окружающая среда магазина</p> <p>В) атмосфера магазина</p> <p>Г) внутренняя среда магазина</p> <p>5. Какой показатель учитывает не только результат деятельности (прогнозируемый, планируемый, достигнутый, желаемый), но и рассматривает условия, при которых он достигнут:</p> <p>А) эффект</p> <p>Б) результат</p> <p>В) успех</p> <p><b>Г) эффективность</b></p>

### 5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Обучающийся в ходе опроса продемонстрировал глубокие знания сущности		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Устный опрос	проблемы, были даны, полные ответы на все вопросы			
	Обучающийся правильно рассуждает, дает верные ответы, однако, допускает незначительные неточности		4	
	Обучающийся слабо ориентируется в материале, плохо владеет профессиональной терминологией.		3	
	Обучающийся в ходе опроса не смог дать правильные ответы на поставленные вопросы.		2	
Лабораторная работа	Работа выполнена полностью. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания выполненной работы. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденной темы в рамках лабораторной работы.		5	
	Работа выполнена полностью, но допущена ошибка в расчетах		4	
	Допущены ошибки при выполнении работы и в интерпретации полученных результатов		3	
	Работа не выполнена.		2	
Тест	За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе. Например: «2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%		5	85% - 100%
			4	65% - 84%
			3	41% - 64%
			2	40% и менее 40%



## 5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Зачет по вопросам	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Расскажите свойства восприятия? Как воздействовать на акт покупки через восприятие?</li> <li>2. Расскажите, какие вы знаете типологии движения по магазину? Какие у человеческого зрения есть зоны обзора?</li> <li>3. На какие категории можно подразделить все покупки?</li> <li>4. Что такое торговый канал? Для чего нужно разделение компаний на торговые каналы</li> <li>5. Что вы понимаете под торговой точкой? Что понимается под основной и дополнительной точками продаж?</li> <li>6. Что такое категория? Как вы понимаете такое понятие как «товарная категория»?</li> <li>7. Какими признаками должен руководствоваться современный ритейлер при выборе способов объединения товаров в категории?</li> <li>8. Каково значение запасов в магазине? Какие основные правила эффективного запаса продукции вам известны?</li> <li>9. Что обозначает понятие «атмосфера магазина»? Какие основные задачи по формированию атмосферы магазина вы могли бы выделить?</li> <li>10. Какова значимость планировки в магазине? Какова цель внутреннего планирования в магазине?</li> <li>11. На какие группы подразделяется торгово-технологическое оборудование для магазинов? Расскажите подробно о каждой группе торгово-технологического оборудования для магазина?</li> <li>12. Какие выделяют основные виды планировки в зависимости от способа размещения оборудования в торговом зале и схем движения покупателей?</li> <li>13. Какие типы выкладки вам известны? Какими критериями необходимо руководствоваться при осуществлении выкладки товаров?</li> <li>14. Какие принципы выкладки вам известны?</li> <li>15. Что такое иллюзорное восприятие?</li> <li>16. Что такое рефлекс?</li> <li>17. Как влияние факторы природной системы человека на распределение посетителей в контактной зоне?</li> <li>18. Перечислите основные элементы атмосферы контактной зоны.</li> <li>19. Дайте характеристику поведения клиента на участках контактной зоны.</li> <li>20. Какие требования предъявляются к размещению оборудования в контактной зоне?</li> <li>21. Основные типы планировки контактной зоны</li> <li>22. Способы размещения оборудования в контактной зоне.</li> <li>23. Способы выкладки товаров различных ассортиментных групп.</li> </ol>

## 5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен: компьютерное тестирование	За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставаются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставается один балл, за неправильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. «2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%		5   85% - 100%
			4   65% - 84%
			3   41% - 64%
			2   40% и менее 40%
Экзамен: в устной форме по билетам	Обучающийся: – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; – свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики. Обучающийся:		5
			4

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;</li> <li>– недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета;</li> <li>– недостаточно логично построено изложение вопроса;</li> <li>– успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой,</li> <li>– демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;</li> <li>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые;</li> <li>– справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы.</li> </ul> <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p>		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>НАПРИМЕР:            Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.            На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		2

### 5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- устный опрос		2 – 5 или зачтено/не зачтено
- защита лабораторных работ		2 – 5 или зачтено/не зачтено
- тестирование		2 – 5 или зачтено/не зачтено
<b>Итого за семестр</b> экзамен		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- преподавание дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр учебных фильмов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);

## 7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении лабораторных работ с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения практической работы.

## 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ<sup>1</sup>

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим

<sup>1</sup> При необходимости раздел может быть дополнен особыми условиями для обучения лиц с ОВЗ с учетом специфики учебной дисциплины.

вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
<b>119071, г. Москва, Садовническая ул., д. 35</b>	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор
аудитории для проведения лабораторных занятий, занятий по практической подготовке, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор – доска меловая; – технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории

<b>Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>	<b>Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>
<b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

<b>Необходимое оборудование</b>	<b>Параметры</b>	<b>Технические требования</b>
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	<u>Романенкова О.Н.</u>	Поведение потребителей	Учебник	М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М	2015	<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=485432">http://znanium.com/bookread2.php?book=485432</a>	нет
2							нет
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Понявина М.Б.	Использование современных мобильных технологий в целях повышения лояльности к брендам современных российских компаний	Интернет-журнал Вып. 2 (21),	Науковедение	2014	<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=484386">http://znanium.com/bookread2.php?book=484386</a>	нет
2	<u>Драганчук Л.С.</u>	Поведение потребителей	Учебное пособие	М.: ИНФРА-М	2016	<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=459498">http://znanium.com/bookread2.php?book=459498</a>	нет
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Белицкая О.А., Рыкова Е.С., Костылева В.В., Фокина А.А.	Инструменты повышения лояльности покупателей	Учебное пособие	М.: РГУ им. А.Н. Косыгина	2017		нет



## 11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

### 11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	«Znaniium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znaniium.com/">http://znaniium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znaniium.com» <a href="http://znaniium.com/">http://znaniium.com/</a>
4.	ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
5.	ООО НЭБ <a href="https://www.elibrary.ru/">https://www.elibrary.ru/</a>
<b>Профессиональные базы данных, информационные справочные системы</b>	
1.	<a href="http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/">http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/</a> - базы данных на Едином Интернет-портале Росстата;
2.	<a href="http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/">http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/</a> - библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам;
3.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> - реферативная база данных Scopus – международная универсальная реферативная база данных;
4.	<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a> - крупнейший российский информационный портал электронных журналов и баз данных по всем отраслям наук;
5.	<a href="http://arxiv.org">http://arxiv.org</a> — база данных полнотекстовых электронных публикаций научных статей по физике, математике, информатике;
6.	<a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a> - Справочно-правовая система (СПС) «Гарант», комплексная правовая поддержка пользователей по законодательству Российской Федерации; и т.д.

### 11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.	NeuroSolutions	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
5.	Wolfram Mathematica	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Microsoft Visual Studio	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
7.	CorelDRAW Graphics Suite 2018	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
8.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
9.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019.
10.	Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019

	<i>Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.)</i>	
11.	<i>SolidWorks</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
12.	<i>Rhinoceros</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
13.	<i>Simplify 3D</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
14.	<i>FontLab VI Academic</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
15.	<i>Pinnacle Studio 18 Ultimate</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
16.	<i>КОМПАС-3d-V 18</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
17.	<i>Project Expert 7 Standart</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
18.	<i>Альт-Финансы</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
19.	<i>Альт-Инвест</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
20.	<i>Программа для подготовки тестов Indigo</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
21.	<i>Диалог NIBELUNG</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
22.	<i>Windows 10 Pro, MS Office 2019</i>	<i>контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020</i>
23.	<i>Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
24.	<i>Mathcad Education - University Edition Subscription</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
25.	<i>CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
26.	<i>Mathematica Standard Bundled List Price with Service</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
27.	<i>Network Server Standard Bundled List Price with Service</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
28.	<i>Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
29.	<i>Microsoft Windows 11 Pro</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

<b>№ пп</b>	<b>год обновления РПД</b>	<b>характер изменений/обновлений с указанием раздела</b>	<b>номер протокола и дата заседания кафедры</b>