

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

Автономная некоммерческая организация высшего образования

ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич **«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»**

Должность: Ректор

Дата подписания: 24.10.2022 15:33:37

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Актуальные проблемы сервисного обслуживания

---

*(наименование дисциплины)*

Направление подготовки \_\_\_\_\_ **43.03.01 Сервис** \_\_\_\_\_

Квалификация выпускника \_\_\_\_\_ **Бакалавр** \_\_\_\_\_

Направленность (профиль) \_\_\_\_\_ **Социокультурный сервис** \_\_\_\_\_

---

2022 г.

## **1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)**

Дисциплина «Актуальные проблемы сервисного обслуживания» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

## **2. Объем дисциплины в зачетных единицах**

Объем дисциплины составляет 10 зачетных единиц.

## **3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)**

### **Тема 1. Организация и управление процессом оказания услуг**

Понятие и структура производственного процесса. Специализация и кооперирование как формы организации производственного процесса. Структура процесса оказания услуги. Организация производственного процесса и процесса оказания услуг во времени.

### **Тема 2. Организация обслуживания потребителей на предприятиях сервиса**

Роль обслуживания потребителей в повышении конкурентоспособности предприятий сферы сервиса. Основы организации обслуживания потребителя. Характеристика видов услуг и форм обслуживания потребителя.

### **Тема 3. Организация обеспечения качества услуг на предприятиях сервиса**

Понятие и показатели качества услуг и продукции. Факторы, формирующие качество услуг и продукции. Задачи и формы организации контроля качества услуг и продукции

### **Тема 4. Исследование психологии потребительского восприятия**

Подходы к исследованию потребительской мотивации. Психологические теории мотивации. Классификации типов мотивации

### **Тема 5. Модели потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке.**

Экономические модели поведения потребителя. Коммуникационные модели поведения потребителя. Концепции жизненного стиля. Модели поведения потребителя при продвижении нового продукта.

### **Тема 6. Сегментация рынка и характеристики потребителя.**

Модели сегментации рынка. Статусные и геодемографические системы сегментации. Сегментация по экономическим критериям. Психографическая сегментация. Сегментация потребителей по выгодам. Сегментация по продукту. Сегментация по брендам. Ситуационная сегментация. Позиционирование продукта.

## **4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины**

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

### **Теоретические занятия**

## **Тема 1. Организация и управление процессом оказания услуг**

Понятие и структура производственного процесса. Специализация и кооперирование как формы организации производственного процесса. Структура процесса оказания услуги. Организация производственного процесса и процесса оказания услуг во времени.

## **Тема 2. Организация обслуживания потребителей на предприятиях сервиса**

Роль обслуживания потребителей в повышении конкурентоспособности предприятий сферы сервиса. Основы организации обслуживания потребителя. Характеристика видов услуг и форм обслуживания потребителя.

## **Тема 3. Организация обеспечения качества услуг на предприятиях сервиса**

Понятие и показатели качества услуг и продукции. Факторы, формирующие качество услуг и продукции. Задачи и формы организации контроля качества услуг и продукции

## **Тема 4. Исследование психологии потребительского восприятия**

Подходы к исследованию потребительской мотивации. Психологические теории мотивации. Классификации типов мотивации

## **Тема 5. Модели потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке.**

Экономические модели поведения потребителя. Коммуникационные модели поведения потребителя. Концепции жизненного стиля. Модели поведения потребителя при продвижении нового продукта.

## **Тема 6. Сегментация рынка и характеристики потребителя.**

Модели сегментации рынка. Статусные и геодемографические системы сегментации. Сегментация по экономическим критериям. Психографическая сегментация. Сегментация потребителей по выгодам. Сегментация по продукту. Сегментация по брендам. Ситуационная сегментация. Позиционирование продукта.

## **Практические занятия**

### **Тема 1. Организация и управление процессом оказания услуг**

Особенности организации деятельности предприятий сервиса. Предприятие сферы сервиса как самостоятельный хозяйствующий субъект, как производственная система. Виды и структура предприятий сервиса. Порядок организации, реорганизации и ликвидации предприятия

### **Тема 2. Организация обслуживания потребителей на предприятиях сервиса**

Типы и методы организации выполнения услуг. Организация труда на предприятиях сервиса. Показатели оценки уровня организации основного производства.

### **Тема 3. Организация обеспечения качества услуг на предприятиях сервиса**

Понятие и показатели качества услуг и продукции. Факторы, формирующие качество услуг и продукции. Задачи и формы организации контроля качества услуг и продукции

### **Тема 4. Исследование психологии потребительского восприятия**

Психологические основы восприятия потребительских характеристик товаров и услуг. Характеристики «безразличного» потребителя. Психологические критерии предпочтения товаров и услуг. Товар и его уникальная потребительская ценность.

### **Тема 5. Модели потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке.**

Перцептивные процессы человека. Процесс восприятия информации. Избирательное восприятие, избирательное внимание, искажение, запоминание. Формирование образа. Образ бренда. Формирование отношения. Модели отношений. Изменение отношений. Оценка альтернатив и выбор варианта решения. Модели выбора решения. Проблема потребительской социализации. Роль профессиональных групп на массовых рынках. Модели поведения потребителя.

## **Тема 6. Сегментация рынка и характеристики потребителя.**

Модели сегментации рынка. Сегментация по продукту. Сегментация по брендам. Ситуационная сегментация. Позиционирование продукта. Восприятие и выбор бренда потребителями. Методы исследования образа бренда. Основные ошибки исследований. Цена и ценность бренда: психология восприятия. «Внешняя» и «внутренняя» ширина бренда. Проблемы «зонтичного» брендинга.

### **Семинарские занятия**

#### **Тема 1. Организация и управление процессом оказания услуг**

Особенности организации деятельности предприятий сервиса. Предприятие сферы сервиса как самостоятельный хозяйствующий субъект, как производственная система. Виды и структура предприятий сервиса. Порядок организации, реорганизации и ликвидации предприятия

#### **Тема 2. Организация обслуживания потребителей на предприятиях сервиса**

Типы и методы организации выполнения услуг. Организация труда на предприятиях сервиса. Показатели оценки уровня организации основного производства.

#### **Тема 3. Организация обеспечения качества услуг на предприятиях сервиса**

Понятие и показатели качества услуг и продукции. Факторы, формирующие качество услуг и продукции. Задачи и формы организации контроля качества услуг и продукции.

#### **Тема 4. Исследование психологии потребительского восприятия**

Психологические основы восприятия потребительских характеристик товаров и услуг. Характеристики «безразличного» потребителя. Психологические критерии предпочтения товаров и услуг. Товар и его уникальная потребительская ценность.

#### **Тема 5. Модели потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке.**

Перцептивные процессы человека. Процесс восприятия информации. Избирательное восприятие, избирательное внимание, искажение, запоминание. Формирование образа. Образ бренда. Формирование отношения. Модели отношений. Изменение отношений. Оценка альтернатив и выбор варианта решения. Модели выбора решения. Проблема потребительской социализации. Роль профессиональных групп на массовых рынках. Модели поведения потребителя.

#### **Тема 6. Сегментация рынка и характеристики потребителя.**

Модели сегментации рынка. Сегментация по продукту. Сегментация по брендам. Ситуационная сегментация. Позиционирование продукта. Восприятие и выбор бренда потребителями. Методы исследования образа бренда. Основные ошибки исследований. Цена и ценность бренда: психология восприятия. «Внешняя» и «внутренняя» ширина бренда. Проблемы «зонтичного» брендинга.

## **5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим и семинарским занятиям, выполнение самостоятельных заданий, изучение литературных источников, использование Internet-данных, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

### **Вопросы для самоконтроля**

1. Особенности организации деятельности предприятий сервиса.

2. Предприятие сферы сервиса как самостоятельный хозяйствующий субъект, как производственная система.

3. Виды и структура предприятий сервиса.
4. Порядок организации, реорганизации и ликвидации предприятия
5. Типы и методы организации выполнения услуг.
6. Организация труда на предприятиях сервиса.
7. Показатели оценки уровня организации основного производства.
8. Понятие и показатели качества услуг и продукции.
9. Факторы, формирующие качество услуг и продукции.
10. Задачи и формы организации контроля качества услуг и продукции
11. Психологические основы восприятия потребительских характеристик товаров и услуг.
12. Характеристики «безразличного» потребителя.
13. Психологические критерии предпочтения товаров и услуг.
14. Товар и его уникальная потребительская ценность.
15. Перцептивные процессы человека.
16. Процесс восприятия информации.
17. Избирательное восприятие, избирательное внимание, искажение, запоминание.
18. Формирование образа.

**6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

**6.1 Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций**

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

**ПК-1.** Способен управлять процессом подготовки к участию в торгово-промышленной выставке организации – экспонента

**ПК-2.** Способен осуществлять операционную деятельность по организации мероприятий деловой и дополнительной программы выставок

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
<b>ИД-9 (ПК-1).</b> Использует клиентоориентированные технологии сервисного обслуживания в соответствии с социально-психологическими особенностями потребителей.	<i>умеет</i>
	<b>РО-1 ИД-9 (ПК-1)</b> организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом социально-психологических особенностей потребителей;
	<i>владеет</i>
<b>ИД-4 (ПК-2).</b> Планирует и организует комплексное использование материально-технических, методических и социальных ресурсов в деятельности предприятий сервиса	<b>РО-2 ИД-9 (ПК-1)</b> навыками сегментации рынка потребителей в соответствии с их моделями поведения;
	<b>РО-3 ИД-9 (ПК-1)</b> навыками применения клиентоориентированных технологий сервисного обслуживания;
	<i>умеет</i>
	<b>РО-4 ИД-4 (ПК-2)</b> прогнозировать спрос и предложение на услуги, планировать издержки и финансовые результаты деятельности предприятия сервиса;
	<b>РО-4 ИД-4 (ПК-2)</b> анализировать состояние и тенденции развития рынка сервиса;
	<i>владеет</i>
	<b>РО-5 ИД-4 (ПК-2)</b> методами организации и планирования деятельности предприятия сервиса.

## **6.2 Перечень оценочных материалов**

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения студентом, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

### **Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости**

#### **Примерные темы для докладов**

1. Проблемы организации и проведения сервисных услуг.
2. Способы формирования потребительского спроса.
3. Управление спросом и предложением в сфере услуг.
4. Качество услуги и ее непрерывное улучшение.
5. Прогнозирование спроса на услуги.
6. Система управления запасами.
7. Стратегические направления в сфере услуг.
8. Управление трудовыми ресурсами в сфере услуг.
9. Контролинг на предприятиях сферы сервиса.
10. Затраты и издержки при оказании услуг.
11. Характеристики рисков при организации сервисных услуг.
12. Планирование материальных запасов.
13. Типы сотрудников сферы услуг и их функциональные обязанности.
14. Формирование клиентоориентированной политики сервисных фирм.
15. Формирование клиентской базы.
16. Анализ целевого рынка услуг.
17. Перспективные направления развития сервисных услуг.
18. Элементы логистики в организации и продвижении услуг.
19. Методы управления сервисными потребностями клиентов.
20. Совершенствование методов продвижения и стимулирования услуг.
21. Оценка уровня удовлетворенности клиентов.
22. Организация предметно-пространственной среды.

#### **Творческое задание**

Студент на основе полученных знаний и умений готовит проект-презентацию на тему "Инновационные технологии в обслуживании потребителей". В проекте должны быть освещены следующие пункты:

1. Название, сущность и направление инновации в туризме.
2. Обоснование проекта.
3. Специализация проекта.
4. Структура организации.
5. Необходимые активы для становления и развития туристической инновации
6. Перспективность инновационного процесса и ее обоснование

7. Дополнительная информация (по желанию или необходимости)
8. Выполненный проект может быть предоставлен на итоговом занятии в качестве практической задачи-проекта

### **Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

#### **Список экзаменационных вопросов**

РО-1 ИД-9 (ПК-1) умеет организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом социально-психологических особенностей потребителей;

РО-2 ИД-9 (ПК-1) владеет навыками сегментации рынка потребителей в соответствии с их моделями поведения;

РО-3 ИД-9 (ПК-1) владеет навыками применения клиентоориентированных технологий сервисного обслуживания;

РО-4 ИД-4 (ПК-2) умеет прогнозировать спрос и предложение на услуги, планировать издержки и финансовые результаты деятельности предприятия сервиса;

РО-4 ИД-4 (ПК-2) умеет анализировать состояние и тенденции развития рынка сервиса;

РО-5 ИД-4 (ПК-2) владеет методами организации и планирования деятельности предприятия сервиса.

1. Особенности организации деятельности предприятий сервиса.
2. Предприятие сферы сервиса как самостоятельный хозяйствующий субъект, как производственная система.
3. Виды и структура предприятий сервиса.
4. Порядок организации, реорганизации и ликвидации предприятия
5. Типы и методы организации выполнения услуг.
6. Организация труда на предприятиях сервиса.
7. Показатели оценки уровня организации основного производства.
8. Понятие и показатели качества услуг и продукции.
9. Факторы, формирующие качество услуг и продукции.
10. Задачи и формы организации контроля качества услуг и продукции
11. Психологические основы восприятия потребительских характеристик товаров и услуг.
12. Характеристики «безразличного» потребителя.
13. Психологические критерии предпочтения товаров и услуг.
14. Товар и его уникальная потребительская ценность.
15. Перцептивные процессы человека.
16. Экономические модели поведения потребителя.
17. Коммуникационные модели поведения потребителя.
18. Концепции жизненного стиля.
19. Модели поведения потребителя при продвижении нового продукта.
20. Модели сегментации рынка.
21. Статусные и геодемографические системы сегментации.
22. Сегментация по экономическим критериям.
23. Психографическая сегментация.
24. Сегментация потребителей по выгодам.



25. Сегментация по продукту.
26. Сегментация по брендам.
27. Ситуационная сегментация.
28. Позиционирование продукта.

### **6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок**

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

#### **Экзамен. Критерии выставления оценок**

На экзамен выносятся вопросы, охватывающие все содержание учебной дисциплины.

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме экзамена выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме экзамена выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;

- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;

- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;

- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;

- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;

- скрытое или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;

- невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;

- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«**Отлично**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«**Хорошо**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«**Удовлетворительно**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«**Неудовлетворительно**» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная:**

1. Руденко, Л. Л. Сервисная деятельность : учебное пособие / Л. Л. Руденко. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-394-03282-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83149.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Тётушкин, В. А. Сервисная деятельность. Основные понятия и современные проблемы (региональный аспект) : учебное пособие / В. А. Тётушкин. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 124 с. — ISBN 978-5-8265-1384-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/64569.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **Дополнительная литература:**

1. Назаркина, В. А. Сервисная деятельность. Практикум : учебное пособие / В. А. Назаркина, Ю. О. Владыкина, Б. И. Штейнгольц ; под редакцией В. А. Назаркина. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2014. — 100 с. — ISBN 978-5-7782-2529-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/45014.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»

2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/>
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
5. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
6. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф  
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:
  - Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области
  - Международное право

## **9. Лицензионное программное обеспечение**

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

## **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

В зависимости от вида проводимых занятий используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий и наглядными пособиями);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.