

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 10.08.2023 10:11:03
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1b135408

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:
Руководитель ООП
Л.П. Богданова
2023 г.




Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)
Мотивация потребителей туристских услуг

Направление подготовки
43.03.02 Туризм

Направленность (профиль)
Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Для студентов 4 курса
очной формы обучения

Составитель: *к.психол.н. О.В. Сучкова* 

Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – ознакомление с теоретическими представлениями о мотивах и мотивации человека для успешного и продуктивного формирования общей концепции человека.

Задачи:

- знать теоретические представления о человеке и его мотивации;
- иметь представление о человеке как о социальном существе;
- рассмотреть социально-психологические теории мотивации.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Мотивация потребителя туристских услуг» входит в состав курсов по выбору вариативной части учебного плана. Содержательно она опирается на знания и представления, полученные при освоении дисциплин обязательной части учебного плана («Психология в туристской деятельности», «Менеджмент в туризме», «Маркетинг в туризме»). Учебная дисциплина непосредственно связана с дисциплинами обязательной части учебного плана, формирующими универсальные компетенции: с дисциплиной «История», которая характеризует виды и особенности мотивов человека; с дисциплиной «Современные концепции естественных и общественных наук», которая обеспечивает основание для научного изучения причин активности человека, где мотивация выступает движущим фактором.

3. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов, 8 семестр), в том числе:

контактная работа: лекции – 30 час., практические занятия – 15 час.;

контактная внеаудиторная работа: –

самостоятельная работа: – 63 час.

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

| Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий | ПК-4.2 – Анализирует требования туристов, мотивации спроса на реализуемые туристские продукты |
| | ПК-4.3 – Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания |

6. Форма промежуточной аттестации – зачет.

7. Язык преподавания – русский.

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

| Учебная программа – наименование разделов и тем | Всего (час.) | Контактная работа (час.) | | | Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.) |
|---|--------------|--------------------------|---------------------|---|---|
| | | Лекции | Семинарские занятия | Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа) | |
| Потребности в структуре мотивации | 21,6 | 6 | 3 | | 12,6 |
| Потребительские мотивы | 21,6 | 6 | 3 | | 12,6 |
| Общение | 21,6 | 6 | 3 | | 12,6 |
| Деловое общение | 21,6 | 6 | 3 | | 12,6 |
| Управление конфликтом | 21,6 | 6 | 3 | | 12,6 |
| ИТОГО | 108 | 30 | 15 | | 63 |

III. Образовательные технологии

| Учебная программа – наименование тем | Вид занятия | Образовательные технологии |
|---|-------------|---|
| Потребности в структуре мотивации | лекция | Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация) |
| Потребности в структуре мотивации | семинар | Метод case-study Проектная технология (элементы) |
| Потребительские мотивы | лекция | Лекция (традиционная) |
| Потребительские мотивы | семинар | Технологии развития критического мышления Метод case-study Проектная технология (элементы) |
| Общение | лекция | Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация) |
| Общение | семинар | Тренинг (элементы) Дискуссионные технологии Метод case-study |
| Деловое общение | лекция | Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация) |
| Деловое общение | семинар | Тренинг (элементы) Дискуссионные технологии |
| Управление конфликтом | лекция | Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация) |
| Управление конфликтом | семинар | Метод case-study Технологии развития критического мышления Тренинг |

IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

Вопросы для самостоятельной подготовки. Модуль 1

На контрольную работу во время модульной точки выносятся вопросы:

1. Общение (общая характеристика).
2. Уровни и функции общения.
3. Коммуникативный компонент общения (общая характеристика).
4. Понятие «невербальной коммуникация», ее отличительные особенности.
5. Средства передачи невербальных сообщений (каналы невербальной коммуникации).

6. Стадии развития потребности (применительно к маркетингу и рекламе).
7. Потребительские мотивы в рекламе (по В.Г. Зазыкину).
8. Понятия «амбиция» и «мотивация достижения».
9. Потребности человека (общая характеристика).
10. Понятие «потребность», подходы к определению.
11. Виды потребностей, классификации.
12. Классификация потребностей А. Маслоу.
13. Функции и этапы формирования потребностей.
14. Виды потребительских мотивов, обзор классификаций.
15. Первичные (биогенные) и вторичные (социогенные) потребительские мотивы.
16. Рациональные и эмоциональные мотивы (теория Д.Шварца).
17. Мотивы потребителя в сфере туризма.

Вопросы для самостоятельной подготовки. Модуль 2

1. Общение: понятие, уровни, функции.
2. Структура общения: коммуникация, социальное восприятие, взаимодействие.
3. Вербальная и невербальная коммуникация.
4. Деловое общение.
5. Принципы делового общения: конфиденциальность, коллегиальность.
6. Понятие конфликт. Структура, стадии.
7. Управление конфликтами, стратегии поведения в конфликте.

| Типовые контрольные задания и способ проведения текущей аттестации | Критерии оценивания и шкала оценивания |
|--|--|
| <p><u>Образцы контрольных тестов</u> Для туриста важен интерьер в номере, цветовая гамма, дизайн мебели, шторы. Какой потребительский мотив преобладает? А) Эстетический.</p> | <p>Оцениваются знания базовых понятий, персоналий, теорий, фактов из области общей психологии и теории мотивации</p> <p>1 правильный ответ – 0,5 балла</p> |

| | |
|---|---|
| <p>Б) Гипотетический. В) Утилитарный.</p> <p>Турист отказался от предложения: Турция, 2 недели, отель 3 звезды, питание «Всё включено». Выбрал предложение: Мальта, 1 неделя, отель 4*, завтраки. Каждый день выкладывает в социальные сети фотографии с хэштэгами и геолокацией. Какой потребительский мотив преобладает у туриста?</p> <p>А) Утилитарный. Б) Престижа. В) Лимбический.</p> <p>Общение это (определите наиболее точно): А) обмен информацией Б) влияние людей друг на друга В) коммуникация, восприятие, взаимодействие</p> <p>Какая из функций общения представлена: осознание и фиксация своего места в системе связей общества? А) побудительная Б) установления отношений В) координационная</p> | <p>Неправильный ответ, отсутствие ответа – 0 баллов</p> |
| <p>Кейс Письменная самостоятельная работа В социальной сети есть сообщество для турагентов. Стена открыта, можно писать комментарии. Можно предложить свою новость – задать вопрос. Один начинающий турагент спрашивает про массовые направления: «Подскажите, пожалуйста, хорошие отели 4*,5* в Кемере (Турция) на первой береговой линии». Ответы в комментариях: «Гугл в помощь!», «А мы точно коллеги?», «Стыдно такое не знать», «Когда я была новичком, всё сама искала». Какой деловой этический принцип не учитывается комментаторами?</p> | <p>Оценивается: способность анализировать ситуацию</p> <p>Выполнено отлично: корректно, качественно, в полном объеме – 7 баллов</p> <p>Выполнено с ошибками, не в полном объеме – 3 балла</p> <p>Выполнено неверно – 0 баллов</p> |
| <p>Кейс Турист N забронировал тур в Турцию, в Мармарис. Через неделю после этого приходит его знакомый и спрашивает: куда турист N поедет? В какой</p> | <p>Оценивается: способность анализировать ситуацию</p> <p>Выполнено отлично: корректно,</p> |

| | |
|---|---|
| <p>город? В какой отель? И говорит, что хочет поехать туда же. Турагент искренне отвечает на все вопросы посетителя.</p> <p>Соблюдается ли турагентом деловая этика? Обоснуйте ответ.</p> | <p>качественно, в полном объеме – 7 баллов</p> <p>Выполнено с ошибками, не в полном объеме – 3 балла</p> <p>Выполнено неверно – 0 баллов</p> |
| <p>Сотрудница крупного промышленного холдинга фотографируется на работе (в том числе общим планом, где хорошо виден интерьер) и выкладывает фото в социальные сети. Однажды она сфотографировала чашку с кофе на своём столе. Сама чашка занимала около 10% снимка; также в кадр попали финансовые документы. Фото было выложено в Инстаграм, с хештегами #утро #кофе #Название холдинга.</p> <p>Какой деловой этический принцип здесь нарушен?</p> | <p>Оценивается: способность анализировать ситуацию</p> <p>Выполнено отлично: корректно, качественно, в полном объеме – 7 баллов</p> <p>Выполнено с ошибками, не в полном объеме – 3 балла</p> <p>Выполнено неверно – 0 баллов</p> |

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

Планируемый образовательный результат (компетенция)

ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий

Планируемый образовательный результат (индикатор)

ПК-4.2 – Анализирует требования туристов, мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

| | |
|--|---|
| Задание | <p>Дайте определение понятию «мотивация»</p> <p>Каким образом можно анализировать требования туристов, мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты?</p> |
| Вид и способ проведения промежуточной аттестации | Устный опрос |
| Критерии оценивания и шкала оценивания | <p>Ответ полный, грамотный – 5 б.</p> <p>Ответ краткий, слабо аргументированный – 3б</p> <p>Нет ответа, неверный, с грубыми ошибками – 0 б.</p> |
| Задание | <p>Описать ситуацию организованного туризма, где потребности туриста удовлетворяются /не удовлетворяются. Условия: пляжный отдых, экскурсионный.</p> <p>Использовать классификацию А. Маслоу и другие</p> |

| | |
|--|--|
| | классификации; для потребительских мотивов классификацию В.Г. Зазыкина. Описание производить от третьего лица. Цитаты допускаются в объеме 1 предложения. |
| Вид и способ проведения промежуточной аттестации | Кейс Устный/письменный способы проведения |
| Критерии оценивания и шкала оценивания | Задание выполнено в полном объеме, грамотно – 10 б. Задание выполнено частично – 5 б. Не выполнено, неверно, с грубыми ошибками – 0 б. |

Планируемый образовательный результат (индикатор)

ПК-4.3 – Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания

| | |
|--|--|
| Задание | Дать определение понятию «клиентоориентированность» Что такое клиентоориентированные технологии? |
| Вид и способ проведения промежуточной аттестации | Устный опрос |
| Критерии оценивания и шкала оценивания | Ответ полный, грамотный – 5 б. Ответ краткий, слабо аргументированный – 3б Нет ответа, неверный, с грубыми ошибками – 0 б. |

| | |
|--|---|
| Задание | Подготовить туристическое предложение с учётом потребностей и мотивов. В печатном виде. Выбрать какой-либо отель или экскурсионный тур, предпочтительнее массовые направления. Задача – сделать предложение привлекательным для туриста. Часть 1 Сделать скриншот или распечатку с сайта, предлагающего тур (например, с сайта туроператора). Здесь должно быть отражено, что предлагается туристам. Инфраструктура отеля, типы номеров и т.д. Часть 2 Ваши комментарии как специалиста по туризму. Описание элементов отеля/тура, учитывая потребности, которые можно удовлетворить и мотивы, к которым можно обращаться. Описание можно производить от первого лица, обращаясь к туристу, используя формулировки «Здесь вы можете...», «В этом отеле Вам будет удобно...». |
| Вид и способ проведения промежуточной аттестации | Кейс Устный/письменный способы проведения |
| Критерии оценивания | Задание выполнено в полном объеме, грамотно – 10 б. |

| | |
|--------------------|---|
| и шкала оценивания | Задание выполнено частично – 5 б. Не выполнено, неверно, с грубыми ошибками – 0 б. |
|--------------------|---|

V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1) Рекомендуемая литература

а) Основная литература:

1. Драганчук Л. С. Поведение потребителей: Учебное пособие / Л.С. Драганчук. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 192 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/558046>

2. Квартальнов, В.А. Туризм [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Квартальнов. Электрон. дан. Москва : Финансы и статистика, 2014. 336 с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69175>

б) Дополнительная литература:

1. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519853>

2. Гуревич П.С. Психология: учебник для студентов вузов. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 320 с. . [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028568>

3. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510588>

2) Программное обеспечение

а) Лицензионное программное обеспечение

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.

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

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

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

б) Свободно распространяемое программное обеспечение

Adobe Reader XI – бесплатно
Вilko 3.4 – бесплатно
Google Chrome – бесплатно
Mozilla Firefox 46.0.1 (x86 ru) – бесплатно
Notepad++ - бесплатно
OpenOffice – бесплатно
QGIS 2.16.2.16.2 Nidebo – бесплатно
WinDjView 2.1 – бесплатно

3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС издательского дома «ИНФРА-М» (URL: <http://znanium.com/>);
- ЭБС издательства «Лань» (URL: <http://www.e.landbook.com/>);
- ЭБС издательства «Юрайт» (URL: <https://www.biblio-online.ru/>);
- ЭБС «РУКОНТ» (URL: <http://www.rucont.ru/>);
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (URL: <http://biblioclub.ru/>);
- ЭБС «IPRbooks» (URL: <http://www.iprbookshop.ru/>);
- электронная библиотека eLIBRARY.RU;
- коллекция электронных книг Оксфордско-Российского фонда;
- электронная библиотека диссертаций РГБ;
- база данных ПОЛПРЕД;
- АРБИКОН (сводные каталоги российских библиотек и информационных центров).

4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

<http://www.psy.msu.ru/>
<http://xn--n1abc.xn--p1ai/>
<https://oppl.ru/>
[http://www.ipras.ru /](http://www.ipras.ru/)
<https://mgppu.ru/>
<http://npsyj.ru/>
<http://www.tophotels.ru>
<https://www.atorus.ru/>

VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

Перечень вопросов для подготовки к зачёту

1. Понятие «потребность», подходы к определению.

2. Виды потребностей, классификации.
3. Классификация потребностей А. Маслоу.
4. Стадии развития потребности (применительно к маркетингу и рекламе).
5. Потребительские мотивы в рекламе (по В.Г. Зызыкину).
6. Понятие «мотивация достижения».
7. Потребности человека (общая характеристика).
8. Общение (общая характеристика).
9. Уровни и функции общения.
10. Коммуникативный компонент общения (общая характеристика).
11. Понятие «невербальной коммуникация», ее отличительные особенности.
12. Средства передачи невербальных сообщений (каналы невербальной коммуникации).
13. Функции и этапы формирования потребностей.
14. Виды потребительских мотивов, обзор классификаций.
15. Первичные (биогенные) и вторичные (социогенные) потребительские мотивы.
16. Рациональные и эмоциональные мотивы (теория Д.Шварца).
17. Мотивы потребителя в сфере туризма.

Рекомендации по подготовке к семинарским и практическим занятиям

Задание 1.

Разработать задачи по теме «Потребности». Описать ситуацию организованного туризма, где потребности туриста удовлетворяются /не удовлетворяются. Использовать классификацию А. Маслоу и другие классификации.

Задать вопрос, привести тестовые варианты с одним правильным ответом. Объём задачи – 1 абзац. Количество -3 (три).

Для поиска тем можно использовать: собственный туристический опыт, туристический опыт других людей, отзывы туристов. Например, с сайта <http://www.tophotels.ru/>

Пример. Туристы выехали из отеля города Мармарис (Турция) в 6 утра, дорога до аэропорта заняла 3 часа. Около стойки регистрации выяснилось, что рейс задерживают. Туристам предложили расположиться в конференц-зале отеля рядом с аэропортом, предоставили обед и воду. Задержка рейса составила 8 часов.

Какие потребности по классификации А. Маслоу удовлетворяются в данной ситуации?

А) Физиологические. Б) Эстетические. В) В
самоактуализации.

Задание 2.

Подготовить доклад к семинару «Мотивы потребителя» по одной из предложенных тем.

В электронном и устном виде. По желанию можно сделать презентацию.

Объём доклада к семинару – от 3 страниц формата А4.

На семинаре должны быть представлены все доклады.

Темы докладов

1. Потребительские мотивы – понятие.
2. Виды потребительских мотивов, обзор классификаций.
3. Первичные (врожденные, биогенные) потребительские мотивы.
4. Вторичные (социогенные) потребительские мотивы.
5. Рациональные и эмоциональные мотивы (теория Д.Шварца).
6. Методы изучения поведения потребителей.
7. Мотивы потребителя в сфере туризма.
8. Принятие решения о покупке.

Задание 3.

Подготовить туристическое предложение с учётом потребностей и мотивов.

Выбрать какой-либо отель или экскурсионный тур, предпочтительнее массовые направления.

Задача – сделать предложение привлекательным для туриста.

Сделать скриншот или распечатку с сайта, предлагающего тур (например, с сайта туроператора). Здесь должно быть отражено, что предлагается туристам. Инфраструктура отеля, типы номеров и т.д.

Ваши комментарии как специалиста по туризму. Описание элементов отеля/тура, учитывая потребности, которые можно удовлетворить и мотивы, к которым можно обращаться.

Описание можно производить от первого лица, обращаясь к туристу, используя формулировки «Здесь вы можете...», «В этом отеле Вам будет удобно...».

Объём – 1 страница. Форма: таблица. Отразить кроме текста потребности и мотивы, к которым обращаетесь. Пример фрагмента описания.

| | |
|--|--------------------------------------|
| Текст турагента | Мотивы, потребности |
| Предлагаю вашему вниманию пятизвёздочный отель в Анталии, в районе Лара. Он считается престижным районом, там, в основном, расположены дорогие пятёрки. | Мотив престижа |
| От аэропорта Вы доберётесь быстро, полчаса, и Вы в отеле. Устать не успеете. Если прибудете днём, можно сразу заселяться, обедать и отдыхать. | Утилитарный мотив Физиологические |
| Пляж у отеля свой, значит, за зонтики и шезлонги платить не надо. Пляж пологий, песчаный (в отличие от центра Анталии). Если не хотите до него идти, можно ехать на автобусе. Тоже бесплатно. Всего 3 минуты, и вы у моря. | Утилитарный мотив |

Требования к рейтинг-контролю

| Модули | Темы | Виды работ | Баллы |
|--------------------------|--|------------------------------------|------------|
| I модуль | Потребности в структуре мотивации Потребительские мотивы Общение | Практические и семинарские занятия | 30 |
| | | Контрольная работа | 20 |
| Итого: | | | |
| II модуль | Деловое общение Управление конфликтом | Практические и семинарские занятия | 30 |
| | | Контрольная работа | 20 |
| Итого: | | | 50 |
| Итого за семестр: | | | 100 |
| Зачёт | | | |
| Всего | | | 100 |

VII. Материально-техническое обеспечение

| Наименование специальных* помещений | Оснащенность специальных помещений | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|--|--|--|
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, | Учебная мебель мультимедийный комплекс, переносной | |

| | | |
|---|---------|--|
| семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 115 (170021, Тверская обл., г.Тверь, ул. Прошина, д.3, корп.2) | ноутбук | |
|---|---------|--|

Помещения для самостоятельной работы:

| Наименование специальных* помещений | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|--|--|---|
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации и самостоятельной работы № 111 (170021 Тверская обл., Тверь, ул. Прошина, д. 3, корп. 2) | Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Компьютер iRUCorp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Компьютер iRU Corp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Компьютер iRU Corp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Компьютер iRU Corp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Компьютер iRU Corp 510 15-2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ | Adobe Reader XI – бесплатно ArcGIS 10.4 for Desktop - Акт приема передачи на основе договора №39 а от 18.12.2014 Bilko 3.4 – бесплатно Google Chrome – бесплатно Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. MS Office 365 pro plus - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 Microsoft Windows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 MapInfo Professional 12.0 - Акт о передаче прав по условиям договора № 26/2014-У от 10.02.14 Microsoft Visual Studio Enterprise 2015 - Акт предоставления прав № Tr035055 от 19.06.2017 Mozilla Firefox 46.0.1 (x86 ru) – бесплатно Notepad++ - бесплатно OpenOffice – бесплатно QGIS 2.16.2.16.2 Nidebo – бесплатно WinDjView 2.1 - бесплатно |

| | | |
|--|--|--|
| | 2400/4096/500/G210-512/DVD-RW/W7S/монитор E-Machines E220HQVB21.5“ Сканер Plustek OpticPro A320 Учебная мебель | |
|--|--|--|

VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

| №п.п. | Обновленный раздел рабочей программы дисциплины | Описание внесенных изменений | Реквизиты документа, утвердившего изменения |
|-------|--|---|---|
| 1. | V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | Обновлён перечень рекомендуемой литературы. | Протокол № 8 от 24.05.2023 г. Учёного совета факультета географии и геоэкологии |
| 2. | | | |