

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

**ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

**Факультет рыночных технологий**

**Кафедра маркетинга и торгового дела**

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры маркетинга и торгового  
дела

Протокол от «28» августа 2019 г.

№ 6

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.06 Анализ поведения потребителей**

---

направление подготовки

38.04.02 – Менеджмент

Направленность (профиль) "Маркетинговое управление"

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Очная

Год набора - 2019

Москва, 2019 г.

**Автор–составитель:**

К.э.н., доцент С.П. Казаков

Заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела, к.э.н., доцент Ю.В. Сяглова

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

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

1.1. Дисциплина Б1.В.06 «Анализ поведения потребителей» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5.1	Способность к применению основных методов экономического анализа
ПК-7	Способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	ПК-7.2	Способность обобщать информацию и делать выводы на основе проведенного анализа информации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ/трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
В/01.7 - планирование деятельности подразделения в соответствии со стратегическими целями организации; В/02.7 - поддержание эффективных коммуникаций и мотивация сотрудников подразделения	ПК-5.1, ПК-7.2	на уровне знаний: типологию и структуру рынков
		на уровне умений: определяет влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей
		на уровне навыков: проведения кросс-культурного сравнения поведения потребителей

**2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы**

### Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.		
		Всего	Семестр	
			2	3
Очная форма обучения				
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		32	32	
лекционного типа (Л)		16	16	
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)				
практического (семинарского) типа (ПЗ)		16	16	
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		76	76	
Промежуточная аттестация	форма	зачет с оценкой	зачет с оценкой	
	час.			
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108/3	108/3	

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.06 «Анализ поведения потребителей» изучается во 2 семестре очной формы обучения в соответствии с учебным планом, общая трудоемкость дисциплины – 3 зачетные единицы.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплины Б1.В.02 «Управленческая экономика».

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

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости *, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				Р	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Предмет, цели и задачи дисциплины	18	2		2		14	Д
Тема 2	Типология и структура рынков	16	2		2		12	О
Тема 3	Культурные нормы и роль стереотипов. Кросс-культурные вариации в поведении потребителей	18	4		2		12	О
Тема 4	Психологические детерминанты выбора	20	4		2		14	Т

Тема 5	Демография и прогнозы изменений в предпочтениях индивидов	18	2		4		12	О
Тема 6	Общество потребления и детерминированность поведения	18	2		4		12	Эс
Промежуточная аттестация								ЗаО
<b>Всего:</b>		<b>108</b>	<b>16</b>		<b>16</b>		<b>76</b>	

Примечание:

\* – формы текущего контроля успеваемости: диспут (Д), опрос (О), эссе (Эс), тестирование (Т).

\*\* - форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой (ЗаО).

## Содержание дисциплины

### Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.

Определение терминов «потребитель» и «поведение потребителей». Потребители и рынок. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований. Глобализация потребления. Концепция субъективной ценности и проблема ценообразования.

### Тема 2. Типология и структура рынков.

Виды благ. Асимметрия информации и сигнализирование. Функциональный и нефункциональный спрос. Роль риска и неопределенности при анализе потребительского выбора. Типология рынков; эволюция рынков.

### Тема 3. Культурные нормы и роль стереотипов. Кросс-культурные вариации в поведении потребителей.

Влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей. Особенности потребительского поведения представителей различных социальных классов. Кросс-культурные сравнения поведения потребителей. Стереотипное поведение и ее функции. Политические мифы и поведение индивидов на политических рынках.

### Тема 4. Психологические детерминанты выбора.

Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей. Структура потребительских мотивов. Знания, убеждения, чувства, установки и намерения потребителей. Эвристики и сложные процедуры выбора. Физиологические детерминанты выбора.

### Тема 5. Демография и прогнозы изменений в предпочтениях индивидов.

Демографический анализ и социальная политика; демография и спрос на товары и услуги; роль гендерных различий; воздействие возрастных характеристик на поведение потребителей; рынок «снова молодых». Гендерные модели потребления.

### Тема 6. Общество потребления и детерминированность поведения.

Философские и психологические особенности общества потребления; роль потребителя в обществе потребления; виртуальные рынки и социокультурные поля; магазин как «спектакль»; «бунт» против общества потребления как элемент массовой культуры.

## 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.

### 4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

**4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.06 «Анализ поведения потребителей» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Предмет, цели и задачи дисциплины	Диспут
Типология и структура рынков	Опрос
Культурные нормы и роль стереотипов. Кросс-культурные вариации в поведении потребителей	Опрос
Психологические детерминанты выбора	Тестирование
Демография и прогнозы изменений в предпочтениях индивидов	Опрос
Общество потребления и детерминированность поведения	Эссе

**4.1.2. Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств): зачет с оценкой в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.**

**4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.**

**Типовые оценочные материалы по теме 1**  
**Примеры вопросов для подготовки к диспуту**

1. Определение терминов «потребитель» и «поведение потребителей».
2. Потребители и рынок.
3. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований.
4. Глобализация потребления.
5. Концепция субъективной ценности и проблема ценообразования.

**Типовые оценочные материалы по темам 2, 3, 5**  
**Примеры вопросов для подготовки к опросу**

1. Виды благ.
2. Функциональный спрос.
3. Нефункциональный спрос.
4. Особенности потребительского поведения.
5. Стереотипное поведение.
6. Гендерные модели потребления.
7. Демография и спрос на товары.
8. Социальная политика.

**Типовые оценочные материалы по теме 4**  
**Тестирование**

1. Найдите правильную последовательность в рамках модели принятия решений:
  - a) освобождение; поиск информации; покупка; потребление;
  - b) оценка спроса; осознание потребности; покупка; потребление;
  - c) осознание потребности; оценка спроса; покупка; потребление;
  - d) поиск информации; осознание потребности; оценка спроса; покупка;
  - e) предпокупочная оценка альтернатив; покупка; потребление; оценка по результатам потребления;
  - f) нет правильного ответа.

2. Если спрос на товар увеличивается по мере роста потребления этого товара другими потребителями, то может иметь место эффект:
- а) Веблена;
  - б) сноба;
  - в) присоединения к большинству;
  - г) нет правильного ответа.
3. Максимальная обезличенность обмена достигается на следующем типе рынка:
- а) универсальный магазин;
  - б) биржа;
  - в) открытый публичный рынок;
  - г) ремесленная лавка;
  - д) нет правильного ответа.
4. К микрокультуре не относится:
- а) культура всех биржевых трейдеров Сингапура;
  - б) культура профессиональных игроков в покер Исландии;
  - в) культура архипелага Новая земля;
  - г) культура о. Тайвань;
  - д) нет правильного ответа.
5. Квазиволшебство воображения – эффект, под действием которого индивиды:
- а) больше внимания уделяют ярким воспоминаниям;
  - б) в большей мере переживают относительно потерь;
  - в) считают, что могут влиять на события, не связанные с ними физически;
  - г) нет правильного ответа.

### **Типовые оценочные материалы по теме 6**

#### **Темы эссе**

1. Производство и распространение мифов в массовой культуре.
2. Механизмы обхода культурных табу.
3. Инструменты прогнозирования потребительского поведения.
4. Влияние пространственной структуры на выбор потребителя.

### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

#### **4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа формирования компетенции
ПК-5	Владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5.1	Способность к применению основных методов экономического анализа
ПК-7	Способностью представлять	ПК-7.2	Способность обобщать



	результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада		информацию и делать выводы на основе проведенного анализа информации
--	---	--	--

#### 4.3.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-5.1	<p>Определение влияния культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей;</p> <p>освоение процесса коммуникаций, основных инструментов, специфики их применимости, их плюсов и минусов, современных тенденций рынка коммуникаций;</p> <p>усвоение современных методов эконометрического анализа;</p> <p>современных программных продуктов, необходимых для решения экономико-статистических задач;</p> <p>освоение современного математического инструментария для решения содержательных экономических задач;</p> <p>развитие навыков составления и исполнения международных маркетинговых планов и планов проведения международных рекламных кампаний</p>	<p>Умеет определять влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей;</p> <p>знает как строится процесс коммуникаций, основные инструменты, специфику их применимости, их плюсы и минусы, современные тенденции рынка коммуникаций;</p> <p>знает современные методы эконометрического анализа;</p> <p>современные программные продукты, необходимые для решения экономико-статистических задач;</p> <p>умеет применять современный математический инструментарий для решения содержательных экономических задач;</p> <p>владеет навыками составления и исполнения международных маркетинговых планов и планов проведения международных рекламных кампаний</p>
ПК-7.2	<p>Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений;</p> <p>владеет методами генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе междисциплинарных</p>	<p>Сформированы знания методов критического анализа и оценки современных научных достижений;</p> <p>освоены методы генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе междисциплинарных</p>

#### 4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

### Вопросы к зачету с оценкой по дисциплине

Изложите теоретические основы по данной теме и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. Модель принятия решения.
2. Эволюция рынков.
3. Типология рынков.
4. Асимметрия информации. Сигнализирование. Неблагоприятный отбор.
5. Оппортунистическое поведение.
6. Рассеянное знание.
7. Функциональный и нефункциональный спрос.
8. Структура потребительских мотивов.
9. Общество потребления. Структурные элементы массовой культуры.
10. Мотивационные конфликты.
11. Макрокультура и микрокультура.
12. Мода как механизм структурирования.
13. Рынок как социокультурное поле.
14. Формальные и неформальные нормы.

### Шкала оценивания

Оценка	Требования к знаниям
Зачтено с оценкой 5, «отлично»	<p>Зачтено с оценкой «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на зачете, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Умеет определять влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей;</li> <li>- Знает, как строится процесс коммуникаций, основные инструменты, специфику их применимости, их плюсы и минусы, современные тенденции рынка коммуникаций</li> <li>- Знает современные методы эконометрического анализа; современные программные продукты, необходимые для решения экономико-статистических задач;</li> <li>- Умеет применять современный математический инструментарий для решения содержательных экономических задач;</li> <li>- Владеет навыками составления и исполнения международных маркетинговых планов и планов проведения международных рекламных кампаний</li> </ul>

<p><i>Зачтено с оценкой 4, «хорошо»</i></p>	<p>Зачтено с оценкой «хорошо» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на зачете, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Умеет определять влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей;</li> <li>- Знает, как строится процесс коммуникаций, основные инструменты, специфику их применимости, их плюсы и минусы, современные тенденции рынка коммуникаций</li> <li>- Знает современные методы эконометрического анализа; современные программные продукты, необходимые для решения экономико-статистических задач;</li> <li>- Умеет применять современный математический инструментарий для решения содержательных экономических задач</li> </ul>
<p><i>Зачтено с оценкой 3, «удовлетворительно»</i></p>	<p>Зачтено с оценкой «удовлетворительно» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на зачете, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Умеет определять влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей;</li> <li>- Знает, как строится процесс коммуникаций, основные инструменты, специфику их применимости, их плюсы и минусы, современные тенденции рынка коммуникаций</li> <li>- Знает современные методы эконометрического анализа; современные программные продукты, необходимые для решения экономико-статистических задач</li> </ul>

<p>Не зачтено 2, «неудовлетворительно»</p>	<p>Не зачтено с оценкой «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>- Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>
--	--

#### **4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Студент должен выполнить все задания и мероприятия, предусмотренные программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер и определяется:

- ответом на зачете с оценкой;
- учебными достижениями в семестровый период.

Зачет с оценкой проводится в устной форме: устные ответы на вопросы билета. В билете 1 теоретический вопрос и вопрос по типовой ситуации.

Процедура проведения зачета с оценкой.

Обучающийся для сдачи зачета с оценкой предъявляет экзаменатору свою зачетную книжку, получает чистые маркированные листы бумаги для подготовки к ответу.

Время подготовки ответа: 30-45 минут.

По истечении 45 минут каждый обучающийся устно отвечает экзаменатору и сдает свои маркированные листы бумаги.

Преподаватель может задать любой дополнительный вопрос обучающемуся из списка вопросов для подготовки к зачету с оценкой в пределах пройденного учебного материала.

Результат по сдаче зачета с оценкой объявляется студентам экзаменатором, вносится в аттестационную ведомость и в зачетную книжку.

Оценка «неудовлетворительно» проставляется только в ведомости.

#### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету с оценкой. К зачету с оценкой необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем формируемых знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для зачета с оценкой.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета с оценкой.

**6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

**6.1. Основная литература.**

1. Дубровин И.А. Поведение потребителей. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/10953>
2. Елисеев А.С. Экономика. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/17607>

3. Филип Грейвс. Клиентология. Манн, Иванов и Фербер, 2013.  
<http://www.iprbookshop.ru/39239>

#### 6.2. Дополнительная литература.

1. Агешкина Н.А. Потребитель. Защита ваших прав, гарантии, сервис, возврат, интернет-покупки. Эксмо, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/5012>

#### 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция; Республика, 2006.
2. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. – М.: КДУ, 2013.

#### 6.4. Нормативные правовые документы.

Не используются.

#### 6.5. Интернет-ресурсы.

1. <http://www.btl-mag.ru/> - BTL-magazine
2. <http://www.grebennikov.ru/> - Маркетинг и маркетинговые исследования в России
3. <http://www.polittech.ru/> - Энциклопедия массовых психотехнологий
4. <http://www.sovetnik.ru/> - журнал «Эксперт»
5. [www.kommersant.ru/money](http://www.kommersant.ru/money) – журнал «Ъ-Деньги» (Коммерсантъ)
6. <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp> – TNS Gallup Media
7. [www.dis.ru](http://www.dis.ru) - Маркетинг в России и за рубежом

#### 6.6. Иные источники.

1. Маркетинг.
2. Маркетинг и маркетинговые исследования.
3. Маркетолог.
4. Методы менеджмента качества.
5. Модный магазин: от эскиза до прилавка.
6. Новости маркетинга.
7. Практический маркетинг.
8. Сертификация с приложением «Менеджмент: горизонты ИСО».
9. Стандарты и качество+BUSINESS EXCELLENCE/Деловое совершенство. Комплект.
10. Точка продаж.

### **7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

[Bloomberg](#)

[EBSCO Publishing](#)

[eLIBRARY.RU](#)

[Emerging Markets Information Service](#)

[Google Scholar \(Google Академия\)](#)

[IMF eLibrary](#)

[JSTOR](#)

[New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.](#)

[OECD iLibrary](#)

[Oxford Handbooks Online](#)

[Polpred.com Обзор СМИ](#)

[Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;](#)

[SCOPUS](#)

[Web of Science](#)

[Wiley Online Library](#)

[World Bank Elibrary](#)

[Архивы научных журналов NEICON](#)

[Интернет-сервис «Антиплагиат»](#)

[Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»](#)

[ЭБС Издательства "Лань"](#)

[ЭБС Юрайт](#)

[Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»](#)