

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 15.09.2022 16:45:37  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b46c2a11b135f08

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



Утверждаю:

Руководитель ООП

*Л.П. Богданова* Л.П. Богданова

*«1» июля* 2019г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

## МОТИВАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Профиль подготовки

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Для студентов 4 курса очной формы обучения

Составитель: к.п.н., доцент О.В. Сучкова

Тверь, 2019

## **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	<i>ПК-4.2</i> – Анализирует требования туристов, мотивации спроса на реализуемые туристские продукты
	<i>ПК-4.3</i> – 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
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>30</b>	<b>15</b>		<b>63</b>

### 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</p> <p>Письменная самостоятельная работа</p> <p>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».</p> <p>Ответы в комментариях: «Гугл в помощь!», «А мы точно коллеги?», «Стыдно такое не знать», «Когда я была новичком, всё сама искала».</p> <p>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</p> <p>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. 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>

2. Коноплёва, Н. А. Сервисология (человек и его потребности) [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. А. Коноплёва. — 2-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2013. — 248 с.

Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/462797>

3. Гуревич П.С. Психология: учебник для студентов вузов. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 320 с. . [Электронный ресурс].

Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028568>

##### б) Дополнительная 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. Руденко А.М. Психология: Учебник. Рн/Д:Феникс, 2012. [Электронный ресурс].

Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/911274>

3. Крысько В.Г. Психология. Курс лекций. М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. [Электронный ресурс].

Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/337677>

#### 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  
Вилко 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/>  
<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. Зазыкину).
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. Отобразить 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
<b>I модуль</b>	Потребности в структуре мотивации Потребительские мотивы Общение	Практические и семинарские занятия	30
		Контрольная работа	20
<b>Итого:</b>			
<b>II модуль</b>	Деловое общение Управление конфликтом	Практические и семинарские занятия	30
		Контрольная работа	20
<b>Итого:</b>			<b>50</b>
<b>Итого за семестр:</b>			<b>100</b>
<b>Зачёт</b>			
<b>Всего</b>			<b>100</b>

### 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.			
2.			