

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт дизайна и пространственных искусств



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Е.А. Турилова

17 февраля 2023 г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

## Программа дисциплины

Визуальный мерчендайзинг. Витринистика

Направление подготовки: 44.03.04 - Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль подготовки: Фэшн-дизайн

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2023

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): заведующий кафедрой, к.н. Юмагулова В.М. (Кафедра дизайна и национальных искусств, Институт дизайна и пространственных искусств), VMUumagulova@kpfu.ru

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО**

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

<b>Шифр компетенции</b>	<b>Расшифровка приобретаемой компетенции</b>
ПК-2	Способен анализировать актуальные стилистические тренды, выявлять художественные средства решения дизайн-проекта и обосновывать новизну собственных концептуальных решений
ПК-7	Способен анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- основные методы и принципы создания отличительных от конкурентов характеристик выкладки товаров;
- методические основы организации рекламной деятельности предприятия;
- отличительные особенности мерчендайзинга от других направлений маркетинговой деятельности;
- преимущества и недостатки различных подходов к выкладке и размещению товаров в магазинах и торговых залах;
- основные факторы микро- и макросреды, в которой функционирует фирма.

Должен уметь:

- организовать рекламные акции;
- использовать возможности паблик рилейшнз и других методов формирования спроса и стимулирования сбыта;
- объяснять, как принимают решения о покупке потребители, и какие факторы оказывают влияние на их поведение;
- обеспечить различными качественными характеристиками товары, которыми возможно воздействовать на склонность потенциального потребителя к выбору того или иного продукта.

Должен владеть:

- навыками самостоятельного формирования и редакторской подготовки материалов по продвижению бренда;
- навыками применения современных методик создания брендов;
- навыками построения системы маркетинговых коммуникаций для создания и управления брендом;
- навыками работы с нормативными документами, регламентирующими правовые аспекты брендинга.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- применять теоретические знания на практике.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.01.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 44.03.04 "Профессиональное обучение (по отраслям) (Фэшн-дизайн)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

**3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 37 часа(ов), в том числе лекции - 24 часа(ов), практические занятия - 12 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 1 часа(ов).

Самостоятельная работа - 35 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 8 семестре.

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

**4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)**

N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Мерчендайзинг в розничной торговле. Философия мерчендайзинга. Управление поведением покупателя как компонент технологий мерчендайзинга.	8	6	0	3	0	0	0	8
2.	Тема 2. Трехуровневая концепция мерчендайзинга.	8	6	0	3	0	0	0	9
3.	Тема 3. Тренды в выкладки товаров. Реклама в местах продажи.	8	6	0	3	0	0	0	9
4.	Тема 4. Витринистика. Витрины как средство продажи товаров.	8	6	0	3	0	0	0	9
	Итого		24	0	12	0	0	0	35

**4.2 Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Мерчендайзинг в розничной торговле. Философия мерчендайзинга. Управление поведением покупателя как компонент технологий мерчендайзинга.**

Содержание учебного материала. Понятие мерчендайзинга, цель, задачи, категорийный мерчендайзинг. Эволюция мерчендайзинга. Роль мерчендайзинга в управлении продажами. Отличительные особенности мерчендайзинга от других направлений маркетинговой деятельности. Схема этапов процесса принятия решения о покупке. Виды покупок и инструмента воздействия на покупателя. Принятие решения о покупке в торговом зале. Основные способы возбуждения интереса и привлечения внимания покупателя к товарам. Управление поведением потребителем на основе восприятий и ощущений. Законы зрительного восприятия человека, определяющие его выбор. Продажи на основе технологий мерчендайзинга: метод импульсивных покупок, метод продажи ABC. Изучение истории развития мерчендайзинга, мировых практик.

**Тема 2. Трехуровневая концепция мерчендайзинга.**

1 уровень - внешний вид магазина. Мерчендайзинг и торговый дизайн. Местоположение магазина. Внешний вид магазина: название и вывеска, фасад, входная группа. Формирование атмосферы торгового зала. Визуальные компоненты: запах, цвет, свет, музыка, ароматизация. Цветоведение как метод управления покупками.

2 уровень - планировка магазина и зонирование торгового зала. Принципы планировки. Типы планировок торгового зала. Современные тенденции планировки торговых залов. Зоны торгового зала в магазинах разного формата. Принципы размещения торгового оборудования. Золотые треугольники. Расположение точек продаж. Наиболее выгодные места торгового зала. Товарное соседство. Ротация товарных групп в торговом зале. Типы покупок и группы товара.

3 уровень - выкладка товаров. Базовые правила выкладки различных видов товара на разных видах торгового оборудования. Приоритетные места на полках. Виды выкладки: по товарным группам, по производителям и брендам, вертикальная, горизонтальная, дисплейная, паллетная, навалом, многотоварная, идейное представление.

**Тема 3. Тренды в выкладки товаров. Реклама в местах продажи.**

Преимущества и недостатки различных подходов к выкладке и размещению товаров в магазинах и торговых залах. Основные факторы микро- и макросреды, в которой функционирует фирма. Анализ внешнего вида действующих магазинов. Составление рейтинговых таблиц. Изучение чувственных компонентов торгового зала. Анализ торгового зала, расстановки оборудования и организации покупательских потоков. Зонирование и распределение мест в торговом зале по различным группам товаров. Анализ зонирования и распределения мест в торговом зале специализированных

магазинов (ювелирных изделий, строительных товаров). Анализ зонирования и распределения мест в торговом зале специализированных магазинов (одежды, бытовой техники). Изучение правил представления различных видов товаров. Анализ выкладки различных групп товаров. Составление планов торговый зала. Изучение мировых трендов представления товаров в торговом пространстве магазина. Изучение основных факторов микро- и макросреды, в которой функционирует фирма. Составление электронной презентации. Использование POS-материалов. Использование рекламных материалов. Эффективность использования различных рекламных материалов и приемов мерчендайзинга. Анализ рекламных материалов в местах продажи на розничных торговых предприятиях различных форматов. Изучение опыта ведущих компаний в организации рекламного оформления торговых залов.

#### **Тема 4. Витринистика. Витрины как средство продажи товаров.**

Виды витрин, их устройство, классификация витрин. Мировые тренды в области витринистики. Материалы, используемые при оформлении витрин. Изучение витринного пространства. Изучение устройств различных типов витрин. Изучение мировых трендов в области витринистики. Составление презентации. Оформление витрин. Основные правила оформления витрин различных типов. Композиция, визуальный поток в витрине, основные правила. Применение фокусных точек, ритма при размещении товара в витрине. Цвет в витринистике: правила, цветовой круг, колористика. Разработка концепции витрины: исследовательский модуль. Дизайн-код витрины, Мудборд, Правила составления мудбордов. Авторский реквизит в витрине, виды, характеристика, типы, материалы, применяемые при изготовлении. Свет в витрине, основные правила работы со светом в витрине. Изучение основных правил оформления витрин: композиция, визуальный поток, фокусные точки, ритм, симметрия, асимметрия. Составление мудбордов. Эскизирование, фор-эскизирование. Оформление витрины.

#### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

#### **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;

- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

### 7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

### 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Визуальный мерчендайзинг - <https://leaderteam.ru/merchandizg/vizualnyj-merchandajzing>

Визуальный мерчендайзинг. Витрины - [https://www.visual-merch.com/p/blog-page\\_6.html](https://www.visual-merch.com/p/blog-page_6.html)

Современный визуальный мерчендайзинг - <http://visualmerchandising.ru/>

### 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекция. Основное предназначение лекции: помощь в освоении фундаментальных аспектов; упрощение процесса понимания научно-популярных проблем; распространение сведений о новых достижениях современной науки. Функции лекционной подачи материала: информационная (сообщает нужные сведения); стимулирующая (вызывает интерес к предмету сообщения); воспитательная; развивающая (оценивает различные явления, активизирует умственную деятельность); ориентирующая (помогает составить представление о проблематике, литературных источниках); поясняющая (формирует базу научных понятий); убеждающая (подтверждает, приводит доказательства). Нередко лекции являются единственно возможным способом обучения, например, если отсутствуют учебники по предмету. Лекция позволяет раскрыть основные понятия и проблематику изучаемой области науки, дать учащимся представление о сути предмета, продемонстрировать взаимосвязь с другими смежными дисциплинами.
практические занятия	Практические занятия включают в себя рассмотрение основных положений с их применением к анализу конкретных ситуаций. Для подготовки к практическим занятиям необходимо проработать материал по лекциям и электронным источникам. Рекомендуется активно отвечать на вопросы преподавателя, участвовать в обсуждении, при ответе не читать по бумаге, а говорить по памяти.
самостоятельная работа	Для лучшего освоения материала в процессе проведения семинарских занятий рекомендуются такие интерактивные формы, как подготовка студентами рефератов, докладов в форме презентаций и обсуждение вопросов в форме круглого стола, а также проведение семинара в форме решения проблемной ситуации. Это требует от студента уделять достаточно много времени самостоятельному изучению дополнительной литературы, интернет-ресурсов, докладов и статистики.
зачет	Зачёт представляет собой форму итогового контроля теоретических знаний, практических умений и навыков, усвоенных студентом в ходе изучения дисциплины. При подготовке к зачёту студенту следует повторить лекционный материал по курсу, прорешать задачи из домашних заданий и практических занятий, подготовиться к тестированию, просмотреть материал из основной и дополнительной рекомендуемой литературы. Целесообразно учесть ошибки и недочеты, допущенные при выполнении контрольных работ.



#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

#### **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи;
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 44.03.04 "Профессиональное обучение (по отраслям)" и профилю подготовки "Фэшн-дизайн".

*Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.01.01 Визуальный мерчендайзинг. Витринистика*

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 44.03.04 - Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль подготовки: Фэшн-дизайн

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2023

**Основная литература:**

1. Синяева, И. М. Маркетинг в торговле : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под. ред. Л. П. Дашкова. - 6-е изд., перераб.- Москва : Дашков и К, 2021. - 396 с. - ISBN 978-5-394-04227-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232038> (дата обращения: 12.03.2023). - Режим доступа: по подписке.
2. Лунина, В. Ю. Мерчендайзинг : учебное пособие / В. Ю. Лунина. - Донецк : ДОНАУИГС, 2018. - 219 с. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/215108> (дата обращения: 12.03.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Жесткова, Н. А. Бренд-коммуникации : учебное пособие / Н. А. Жесткова. - Самара : ПГУТИ, 2021. - 96 с. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/301232> (дата обращения: 12.03.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей.

**Дополнительная литература:**

1. Управление продажами : учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. - 300 с. - ISBN 978-5-9558-0531-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2002632> (дата обращения: 12.03.2023). - Режим доступа: по подписке.
2. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е.С. Григорян. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 294 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/1002563. - ISBN 978-5-16-014741-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1933163> (дата обращения: 12.03.2023). - Режим доступа: по подписке.
3. Коршикова, М. В. PR-менеджмент : учебное пособие / М. В. Коршикова. - Ставрополь : СтГАУ, 2018. - 92 с. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/141585> (дата обращения: 12.03.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей.



Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.01.01 Визуальный мерчендайзинг. Витринистика

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 44.03.04 - Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль подготовки: Фэшн-дизайн

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2023

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.