

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 16.09.2021 07:28:25
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8eb3c509a9531f605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена

17.12.2020 г.

протокол № 6

Зав. кафедрой Ергунова О.Т.

Утверждена

Советом по учебно-методическим вопросам
и качеству образования

20 января 2021 г.

протокол № 6

Председатель

Карх Д.А.

(подпись)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Технологии продаж в туризме
Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Профиль	Туристско-экскурсионная деятельность
Форма обучения	заочная
Год набора	2021

Разработана:
Доцент, к.п.н.
Радыгина Евгения Геннадьевна

Екатеринбург
2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	5
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	5
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	10
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	10
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, направленных на формирование у будущих специалистов знаний и навыков применения с технологии и техник продаж туристских услуг, способствовать с помощью практических заданий их усвоению, овладению профессиональными навыками продажи путем развития коммуникативных качеств обучающихся.

Задачи изучения дисциплины:

- Познакомить студентов с системой теоретических современных знаний о технологии продаж туристских услуг;
- Способствовать осознанию студентами важности и необходимости соблюдения алгоритма продаж туристских услуг;
- Развивать умения диагностирования типа личности и эмоционального состояния клиентов для более успешного социального взаимодействия в процессе продажи и повышения результативности продаж;
- Научить студентов организовывать процесс продажи с разными типами клиентов, умению позитивно взаимодействовать и добиваться решения поставленных задач.
- Научить студентов разбираться в цепочке продаж между участниками индустрии гостеприимства;
- Показать студентам возможности получения прибыли при продаже туристских услуг;
- Сформировать навыки применения технологии продаж при составлении индивидуальных предложений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					3.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 8						
Экзамен	144	20	8	12	115	4

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
<p>ПК-3 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий</p>	<p>ИД-1.ПК-3 Знать: технологические и информационно-коммуникативные технологии, применяемые при разработке и реализации туристского продукта (экскурсии)</p>
	<p>ИД-2.ПК-3 Уметь: применять технологии обслуживания туристов при реализации туристского продукта;</p>
	<p>ИД-3.ПК-3 Иметь навыки: использования технологических и информационно-коммуникативных технологий при разработке и реализации туристского продукта (экскурсии).</p>
<p>ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий</p>	<p>ИД-1.ПК-4 Знать: законы и иные нормативно-правовые акты РФ в сфере туризма;</p>
	<p>ИД-2.ПК-4 Уметь: организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами</p>

ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно- правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий	ИД-3.ПК-4 Иметь навыки: использования методов взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами
--	--

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)					
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия			
Семестр 8		135						
Тема 1.	Специфика продаж в сфере услуг	21	1		2	18		
Тема 2.	Основные формы продаж	29	1		2	26		
Тема 3.	Типология гостей и сервисные основы потребительского поведения	29	1		2	26		
Тема 4.	Процесс личных продаж, основные техники работы с возражениями	19	1		2	16		
Тема 5.	Подготовка к продажам. Презентация туристского продукта и услуг	20	2		2	16		
Тема 6.	Особенности продаж в туристской индустрии	17	2		2	13		

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1-3	Доклад (приложение 4)	Доклад по темам, предложенным преподавателем. Предполагает публичную защиту	5 баллов
Тема 3, 5	Контрольная работа (приложение 4)	Выполнение стандартизированного задания	5 баллов
Тема 1-6	Тест (приложение 4)	Тест из 20 вопросов	5 баллов
Тема 1-6	Вопросы для опроса (приложение 4)	Устный опрос по вопросам	5 баллов
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
8 семестр (Эк)	Экзаменационные билеты (приложение 5)	Билет состоит из 3 вопросов: 1 и 2 - теоретические, 3 - практический	5 баллов

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. Специфика продаж в сфере услуг</p> <p>Современный мир – мир торговли. Технологии продаж определяются в соответствии со спецификой профессиональной деятельности. Предметом изучения технологии продаж являются способы (методы, техники) взаимодействия с клиентом, которые позволяют эффективно продавать товар, услугу. Основы технологий продаж, конечно, были заложены еще в древнем мире. Новое понимание (подход) технологии продаж было заложено в начале XIX века Джоном Паттерсоном.</p>
<p>Тема 2. Основные формы продаж</p> <p>Уровень технологичности в продажах имеет большое значение. Это показатель профессионализма продавца. Рассмотрение пяти уровней технологичности продаж позволяет более подробно проанализировать эволюционное развитие технологий продаж, начиная от самых простых форм заканчивая сложными системами продаж товаров и услуг. Также рассматривается изменение роли покупателя (клиента) с точки зрения усложнения технологичности в продажах.</p> <p>Законы и иные нормативно-правовые акты РФ в сфере туризма, влияющие на продажи турпродукта. Основные методы взаимодействия с потребителями турпродукта. Устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами.</p>
<p>Тема 3. Типология гостей и сервисные основы потребительского поведения</p> <p>«Умение общаться с людьми – это товар, который можно купить так же, как мы покупаем чай или кофе, и за этот товар я готов заплатить больше, чем за что-либо другое» Дж. Д. Рокфеллер. Согласно Альфреду Маршаллу в современном мире продаж существует два противоположных мотива. Один из них состоит в стремлении приобрести определенные товары и таким образом удовлетворить желание; другой мотив – стремление избежать определенных усилий и затрат. Задача продавца, осуществляющего персональную продажу, состоит в том, чтобы помочь покупателю найти оптимальный баланс в уравновешивании этих двух противоположных мотивов.</p>
<p>Тема 4. Процесс личных продаж, основные техники работы с возражениями</p> <p>Персональная продажа – это ряд последовательных действий, совершаемых продавцом с целью убеждения покупателя в необходимости приобретения товара или услуг, удовлетворяющих его потребности. В процессе продажи продавцы (торговые консультанты, коммерческие агенты, менеджеры по продажам) создают дополнительную потребительскую стоимость, осуществляя качественное обслуживание клиентов и устанавливая с ними долговременные отношения. Продажа на основе долговременных отношений предполагает создание лояльности клиентов.</p>
<p>Тема 5. Подготовка к продажам. Презентация туристского продукта и услуг</p> <p>Качество обслуживания – результат субъективной оценки, к которой проходит клиент после сравнения уровня обслуживания, которого, по его мнению, он заслуживает, с тем обслуживанием, которое он имеет. Качество сервиса глазами клиента – это оценка процесса продажи с точки зрения способности продавца выполнять те функции, которые ожидает от него клиент. Отправной точкой для определения качества сервиса становится ожидание клиента. Обслуживание экстра-класса – это магнит, который может притянуть клиентов и удержать их. Три шага к обслуживанию экстра-класса: обслуживание клиента так, как вы хотели бы, чтобы обслуживали вас самого; обслуживание клиента так, как он хотел бы, чтобы его обслуживали, развитие клиента. Принципы клиент-ориентированной организации.</p>
<p>Тема 6. Особенности продаж в туристской индустрии</p> <p>Технологии обслуживания туристов при реализации туристского продукта. Первое, о чем нужно помнить в продажах туристских услуг – по своей специфике они очень отличаются от продажи товара. Тур и экскурсия – это услуга. Хоть товар и услуга, на первый взгляд, и лежат в одной плоскости, их продажи совершенно разные.</p> <p>Не каждый придает этому значение, однако многие инструменты и методы, которые идеально подходят и эффективны в классических продажах, не принесут положительного результата в туризме. Здесь действуют свои уникальные правила и законы. Чтобы агентство процветало, а от клиентов не было отбоя, конечно, нужно упорно трудиться и следить за множеством факторов. Однако есть три ключевых момента, которые вы должны брать во внимание в первую очередь.</p>

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 1. Специфика продаж в сфере услуг</p> <p>Основные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Технологии продаж: основные понятия 2. Специфика технологии продаж в сервисе 3. Сервисный рынок услуг и его особенности
<p>Тема 2. Основные формы продаж</p> <p>Основные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Причины трансформации процесса продаж 2. Эволюция продаж: взаимосвязь истории и продаж 3. Продажа в современном мире: потребительское сознание клиента 4. Продажа как непрерывный процесс 5. Уровни технологичности продаж
<p>Тема 3. Типология гостей и сервисные основы потребительского поведения</p> <p>Основные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типы клиентов и индивидуальный подход к ним 2. особенности общения с различными типами клиентов 3. классификация покупателей К.Юнга 5. Особенности коммуникации при персональной продаже <p>Решение ситуационных задач.</p>
<p>Тема 4. Процесс личных продаж, основные техники работы с возражениями</p> <p>Основные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Установление контакта 2. Сбор информации, разведка 3 Презентация коммерческого предложения 4. Работа с возражениями 5. Завершение продажи 6. Правила прохождения этапов продаж 7. Принципы продажи самому себе
<p>Тема 5. Подготовка к продажам. Презентация туристского продукта и услуг</p> <p>Основные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. основные методики продаж 2. "ПРОдающая презентация" 3. создание качественного продукта
<p>Тема 6. Особенности продаж в туристской индустрии</p> <p>Основные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности туристской индустрии 2. инструменты маркетинга в туризме 3. особенности продаж различных услуг в туризме

7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 1. Специфика продаж в сфере услуг</p> <p>Изучение основных понятий, выполнение заданий, подготовка к устному опросу</p>
<p>Тема 2. Основные формы продаж</p> <p>Изучение основных понятий, выполнение заданий, подготовка к устному опросу</p>
<p>Тема 3. Типология гостей и сервисные основы потребительского поведения</p> <p>Изучение основных понятий, выполнение заданий, подготовка к устному опросу, подготовка к Контрольной работе</p>
<p>Тема 4. Процесс личных продаж, основные техники работы с возражениями</p> <p>Изучение основных понятий, выполнение заданий, подготовка к устному опросу</p>
<p>Тема 5. Подготовка к продажам. Презентация туристского продукта и услуг</p> <p>Изучение основных понятий, выполнение заданий, подготовка к устному опросу, подготовка в Контрольной работе</p>
<p>Тема 6. Особенности продаж в туристской индустрии</p> <p>Изучение основных понятий, выполнение заданий, подготовка к устному опросу</p>

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Восколович Н. А. Маркетинг туристских услуг. [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 191 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450596>

2. Кирьянова Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций. [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 264 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451797>

3. Кондрашов В. М. Менеджмент продаж.: учебное пособие по дисциплине специализации для учащихся вузов, обучающихся по специальности "Менеджмент орг.". - Москва: Вузовский учебник, 2012. - 278

Дополнительная литература:

1. Кузнецов И.Н. Управление продажами. [Электронный ресурс]: Учебно-методическая литература. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018. - 492 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1092999>

2. Быстров С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности. [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 375 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1120356>

3. Виноградова Т. В. Технологии продаж турпродукта.: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению "Туризм". - Москва: Академия, 2012. - 237

4. Соммерс К., Дженкинс Д. Продажи: визуализируй это.: производственно-практическое издание. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2015. - 255

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Office 2016. Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Консультант+. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

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

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия обеспечивающие тематические иллюстрации.