

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»  
(СПбГУТ)**

Кафедра Экономики и менеджмента инфокоммуникаций  
(полное наименование кафедры)

Первый проректор – проректор по учебной работе  
  
Г.М. Машков  
« 19 » 06 20 18 г.

Регистрационный №\_18.07/208-Д

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Рынки ИКТ и организация продаж

(наименование дисциплины)

образовательная программа высшего образования

38.03.05 Бизнес-информатика

(код и наименование направления подготовки / специальности)

бакалавр

(квалификация)

Анализ и проектирование бизнес-процессов предприятия в  
цифровой экономике

(направленность / профиль образовательной программы)

очная форма

(форма обучения)

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности) подготовки «38.03.05 Бизнес-информатика», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.08.2016 № 1002, и в соответствии с рабочим учебным планом, утвержденным ректором университета.

## 1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» является:

овладение основами теоретических знаний в области функционирования рынков информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и умением применять их на практике.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

формирования у студентов системных знаний о маркетинге в сфере информационно-коммуникационных технологий, о методах анализа и прогноза развития рынков высокотехнологичных продуктов и услуг, структуре и особенностях функционирования рынка ИКТ, его основных участниках и тенденциях развития, об управлении маркетингом и продажами в сфере ИКТ, а также создания необходимой базы для успешного овладения последующими специальными дисциплинами учебного плана.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рынки ИКТ и организация продаж» Б1.В.21 является обязательной дисциплиной вариативной части блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «38.03.05 Бизнес-информатика». Изучение дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» опирается на знания дисциплин(ы) «Маркетинг»; «Социально-экономическая статистика».

## 3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенции, установленные ФГОС ВО

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции
1	ПК-10	умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")
2	ПК-25	способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка

Планируемые результаты обучения

Таблица 2

Код компетенции	знать	уметь	владеть

ПК-10	основные принципы и методики планирования и организации электронного бизнеса	использовать сеть "Интернет" для повышения эффективности работы предприятий и организаций	навыками организации продаж в сети "Интернет"
ПК-25	целевые сегменты ИКТ-рынка	использовать основные методы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности для теоретического и экспериментального исследования	навыками подготовки научно-технических отчетов, презентаций, научных публикаций по результатам выполненных исследований

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Таблица 3

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры
			6
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	72	72
<b>Контактная работа с обучающимися</b>		34.25	34.25
в том числе:			
Лекции		14	14
Практические занятия (ПЗ)		20	20
Лабораторные работы (ЛР)			-
Защита контрольной работы			-
Защита курсовой работы			-
Защита курсового проекта			-
Промежуточная аттестация		0.25	0.25
<b>Самостоятельная работа обучающихся (СРС)</b>		37.75	37.75
в том числе:			
Курсовая работа			-
Курсовой проект			-
И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала.		29.75	29.75
Подготовка к промежуточной аттестации		8	8
<b>Вид промежуточной аттестации</b>			Зачет

#### 5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины.

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела	№ семестра		
			очная	очно-заочная	заочная

1	Раздел 1. Введение	Предмет и содержание, цель и задачи дисциплины. Ее место в подготовке бакалавров «Бизнес-информатики».	6		
2	Раздел 2. Место отрасли инфокоммуникаций в национальной экономике	Классификация отраслей и секторов экономики. Понятие отрасли инфокоммуникаций. Основные направления научно-технического развития инфокоммуникаций. Экономические границы отрасли инфокоммуникаций. Эволюция и экономическая характеристика развития составляющих отрасли инфокоммуникаций (ИКТ).	6		
3	Раздел 3. Базовые понятия теории маркетинга. Особенности маркетинга в инфокоммуникациях	Сущность, принципы, особенности маркетинга в инфокоммуникациях. Методы анализа рынков ИКТ. Маркетинговый процесс, функции, инструменты маркетинга в инфокоммуникациях. Особенности маркетинга услуг	6		
4	Раздел 4. Отраслевая специфика рынка инфокоммуникаций (ИКТ)	Особенности рыночной среды инфокоммуникаций. Структура рынка ИКТ. Признаки рынка инфокоммуникационных услуг. Структурные сдвиги в экономике отрасли инфокоммуникаций. Основные технологические и бизнес-факторы развития рынков ИКТ. Анализ рынка ИКТ как этап маркетинговой стратегии	6		
5	Раздел 5. Исследование рынка в инфокоммуникациях	Основные направления и этапы исследования рынка ИКТ. Методы исследования рынка ИКТ. Сегментация рынка и исследования спроса. Основные источники информации о рынках ИКТ. Методики поиска, обработки, представления данных о рынках ИКТ	6		
6	Раздел 6. Особенности производства и потребления инфокоммуникационных услуг	Конвергенция и ее влияние на свойства услуг. Современные бизнес-модели в отрасли инфокоммуникаций. Участники отраслевого рынка и принципы их взаимодействия в процессе оказания услуг. Экономическая характеристика, классификация и методы измерения услуг	6		
7	Раздел 7. Особенности рынка информационных технологий	Эволюция рынка ИТ. Методы анализа рынка ИТ. Основные бизнес-модели в ИТ (продуктовая, сервисная). Тенденции развития рынка ИТ	6		
8	Раздел 8. Особенности рынка бизнес-приложений	Характеристика рынка горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений, систем интеграции, бизнес и ИТ-консалтинга. Рынок горизонтальных бизнес-приложений – ERP, CRM, SRM, документооборот. Рынок вертикальных бизнес-приложений – информационные системы торговых компаний, биллинговые системы операторов связи. Рынок бизнес- и ИТ – консалтинга	6		

9	Раздел 9. Организация продаж на рынках ИКТ и маркетинговые коммуникации	Виды маркетинговых стратегий. Особенности коммуникационной деятельности компаний в сфере ИКТ. Организация продаж инфокоммуникационных услуг и обслуживания потребителей. Методы стимулирования продажи услуг. Организация продаж в области в области ИТ. Особенности продажи решений и сервисов. Построение партнерской сети. Построение отделов маркетинга и продаж. Методики эффективных продаж.	6		
---	--	--	---	--	--

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.

Таблица 5

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин
1	Бизнес-планирование и риск-финансирование
2	Организация электронного бизнеса

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий.

Очная форма обучения

Таблица 6

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплин	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Введение	1					1
2	Раздел 2. Место отрасли инфокоммуникаций в национальной экономике	2	2			2	6
3	Раздел 3. Базовые понятия теории маркетинга. Особенности маркетинга в инфокоммуникациях	2	2			2	6
4	Раздел 4. Отраслевая специфика рынка инфокоммуникаций (ИКТ)	1	2			2	5
5	Раздел 5. Исследование рынка в инфокоммуникациях		4			8	12
6	Раздел 6. Особенности производства и потребления инфокоммуникационных услуг	1	2			3	6
7	Раздел 7. Особенности рынка информационных технологий	2	2			3	7
8	Раздел 8. Особенности рынка бизнес-приложений	1	4			3	8
9	Раздел 9. Организация продаж на рынках ИКТ и маркетинговые коммуникации	4	2			6.75	12.75
Итого:		14	20	-	-	29.75	63.75

## 6. Лабораторный практикум

Рабочим учебным планом не предусмотрено

## 7. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

Таблица 7

№ п/п	Номер раздела (темы)	Наименование практических занятий (семинаров)	Всего часов
1	2	Место отрасли инфокоммуникаций в национальной экономике	2
2	3	Базовые понятия теории маркетинга. Особенности маркетинга в инфокоммуникациях.	2
3	4	Отраслевая специфика рынка инфокоммуникаций (ИКТ)	2
4	5	Исследование рынка в инфокоммуникациях	4
5	6	Особенности производства и потребления инфокоммуникационных услуг	2
6	7	Особенности рынка информационных технологий	2
7	8	Особенности рынка бизнес-приложений	4
8	9	Организация продаж на рынках ИКТ и маркетинговые коммуникации	2
Итого:			20

## 8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Рабочим учебным планом не предусмотрено

## 9. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

Таблица 8

№ раздела дисциплины	Содержание СРС	Форма контроля	Всего часов
2	Место отрасли инфокоммуникаций в национальной экономике	Опросы на практических занятиях	2
3	Базовые понятия теории маркетинга. Особенности маркетинга в инфокоммуникациях	тестирование	2
4	Отраслевая специфика рынка инфокоммуникаций (ИКТ)	тестирование	2
5	Исследование рынка в инфокоммуникациях	тестирование	8
6	Особенности производства и потребления инфокоммуникационных услуг	тестирование	3
7	Особенности рынка информационных технологий	тестирование	3
8	Особенности рынка бизнес-приложений	тестирование	3
9	Организация продаж на рынке ИКТ и маркетинговые коммуникации	тестирование	6.75
Итого:			29.75

## **10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Для самостоятельной работы по дисциплине рекомендовано следующее учебно-методическое обеспечение:

- Положение о самостоятельной работе студентов в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича;
- рекомендованная основная и дополнительная литература;
- конспект занятий по дисциплине;
- слайды-презентации и другой методический материал, используемый на занятиях;
- методические рекомендации по подготовке письменных работ, требования к их содержанию и оформлению (реферат, эссе, контрольная работа) ;
- фонды оценочных средств;

## **11. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся**

Фонд оценочных средств разрабатывается в соответствии с локальным актом университета "Положение о фонде оценочных средств" и является приложением к рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине определяются показатели и критерии оценки сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

## **12. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

12.1. Основная литература:

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Электронный ресурс] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - СПб. : Питер, 2018. - 800 с. : ил. - ISBN 978-5-496-00177-9 : Б. ц.
2. Жданова, Т. С. Технологии продаж [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Жданова Т. С. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 184 с. - ISBN 978-5-394-02197-8 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.



## 12.2. Дополнительная литература:

1. Менеджмент в телекоммуникациях [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. В. Макаров [и др.] ; ред.: В. В. Макаров, Р. Г. Цатурова ; Федеральное агентство связи, СПбГУТ им. проф. М. А. Бонч-Бруевича. - 2-е изд., перераб. и доп. - СПб. : СПбГУТ, 2011. - 372 с. : табл. - Библиогр.: с. 367-370. - ISBN 978-5-89160-061-4 : 181.70 р.
2. Белянина, Наталья Николаевна. Экономика связи [Электронный ресурс] : методические указания к практическим занятиям / Н. Н. Белянина, К. А. Ракитянская ; рец. Л. Н. Кузнецова ; Федеральное агентство связи, Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования "Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича". - СПб. : СПбГУТ, 2013. - 37 с. : ил. - 255.13 р.
3. Юрасов, А. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] / А. В. Юрасов, А. В. Иванов. - М. : Горячая линия-Телеком, 2012. - 246 с. : ил. - ISBN 978-5-9912-0165-0 : Б. ц.
4. Васильев, Г. А. Поведение потребителей (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Васильев Г. А. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 238 с. - ISBN 978-5-238-01280-3 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.
5. Захарова, Ю. А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром (2-е издание) [Текст] : практическое пособие / Захарова Ю. А. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 125 с. - ISBN 978-5-394-01537-3 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.
6. Кондрашов, В. М. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / Кондрашов В. М. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 319 с. - ISBN 978-5-238-01259-9 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.

## **13. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

- [www.sut.ru](http://www.sut.ru)
- [lib.spbgut.ru/jirbis2\\_spbgut](http://lib.spbgut.ru/jirbis2_spbgut)

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

### 14.1. Программное обеспечение дисциплины:

- Google Chrome
- Open Office
- Windows 7

#### 14.2. Информационно-справочные системы:

- ЭБС iBooks (<https://ibooks.ru>)
- ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru>)
- ЭБС Лань (<https://e.lanbook.com/>)
- ЭБС СПбГУТ (<http://lib.spbgut.ru>)

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

#### 15.1. Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

Важным условием успешного освоения дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания, включая вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующего аудиторного занятия (лекции, практического занятия), что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций и практических занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

#### 15.2. Подготовка к лекциям

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета, как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых

позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

### 15.3. Подготовка к практическим занятиям

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке пройденного материала (материала лекций, практических занятий), а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Необходимо понимать, что невозможно во время аудиторных занятий изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов, и при изучении дисциплины недостаточно конспектов занятий. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

### 15.4. Рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной

задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;

- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

#### 15.5. Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

### 16. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 9

№ п/п	Наименование специализированных аудиторий и лабораторий	Наименование оборудования
1	Лекционная аудитория	Аудио-видео комплекс
2	Аудитории для проведения групповых и практических занятий	Аудио-видео комплекс
3	Лаборатория	Лабораторные стенды (установки) Контрольно-измерительные приборы
4	Компьютерный класс	Персональные компьютеры
5	Аудитория для курсового и дипломного проектирования	Персональные компьютеры
6	Аудитория для самостоятельной работы	Компьютерная техника
7	Читальный зал	Персональные компьютеры