

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

# Мерчендайзинг

Направление подготовки *19.03.04 Технология продукции  
и организация общественного питания*

Направленность *Ресторанное дело*



Квалификация (степень) выпускника: *бакалавр*

**Кострома  
2023**

Рабочая программа дисциплины «*Мерчендайзинг*» разработана:

- в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, утвержденным приказом Минобрнауки РФ № 1332 от 12.11.2015 г.;

- в соответствии с учебным планом направления подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, направленность Ресторанное дело, год начала подготовки 2017, 2018, 2019

Разработал:  Смирнова Е.Л., доцент каф. ДТМ и ЭПТ  
Рецензент:  Красавчикова А.П. к.т.н., доцент каф. ДТМ и ЭПТ

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 13 от 30.06.2017 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 14 от 20.06.2018 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 9 от 15.05.2019 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА**

для набора 2017, 2018, 2019, 2020 гг

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 9 от 28.04.2020 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА**

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 13 от 11.06.2021 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 8 от 18.03.2022 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы  
потребительских товаров Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 9 от 03.04.2023 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы  
потребительских товаров  
Иванова О.В., к.т.н., доцент

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по направлению "Технология продукции и организация общественного питания".

Целью изучения учебной дисциплины является освоение теоретических знаний, принципов и методологии мерчендайзинга. Умение применять их в профессиональной деятельности. Формирование компетенций, необходимых специалисту в организации производства и организации обслуживания на предприятиях питания различных типов и классов.

Задачи освоения учебной дисциплины:

- изучение основных понятий в области мерчендайзинга, назначения и целесообразности внедрения в организациях общественного питания;
- рассмотрение и применение инструментов мерчендайзинга в сфере предприятий общественного питания.

В результате изучения данной дисциплины обучающиеся должны уметь применять принципы и методологию мерчендайзинга для увеличения продаж в организациях общественного питания.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

### знать:

- основные принципы, функции, правила и инструменты, технологии и современные тенденции развития мерчендайзинга; П
- \_\_\_\_\_ П
- психологические аспекты поведения потребителей; М
- \_\_\_\_\_ М
- методы поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства

### уметь:

- разрабатывать и применять средства и методы мерчендайзинга для продвижения продукции и предприятий общественного питания на рынке; а
- \_\_\_\_\_ а
- анализировать и прогнозировать поведение потребителей в местах продаж продукции предприятий общественного питания;
- проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания

### владеть:

- навыками выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации;
- навыками подготовки товарно-выставочных материалов; с
- \_\_\_\_\_ с
- способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей на продукцию

### освоить компетенции:

ОПК-5- готовностью к участию во всех фазах организации производства и организации обслуживания на предприятиях питания различных типов и классов

ПК-30- готовностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способность проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.8. Изучается в 4 семестре (очная форма), 5 семестре (заочная форма).

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Экономика; Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания; История мировой и отечественной кулинарной культуры; Поведение потребителя.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Проектирование предприятий общественного питания; Бизнес-планирование и анализ деятельности предприятий: Маркетинг и рекламная деятельность; Фирменный стиль, Этикет в общественном питании; Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения дисциплины «Мерчендайзинг» позволяют студентам свободно ориентироваться и прочно усваивать знания в дальнейшем научно-практической и общественной деятельности.

### 4. Объем дисциплины (модуля)

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2	2
Общая трудоемкость в часах	72	72
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	32	12
Лекции	16	6
Практические занятия	-	6
Лабораторные занятия	16	-
Самостоятельная работа в часах	39,75	55,75+4
ИКР	0,25	0,25
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Заочная форма
Лекции	16	6
Практические занятия	-	6
Лабораторные занятия	16	-
Консультации		
Зачет/зачеты	0,25	0,25
Экзамен/экзамены	-	-
Курсовые работы	-	-
Курсовые проекты	-	-
Всего	32,25	12,25

**5.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий**  
**5.1 Тематический план учебной дисциплины**

*Очная форма обучения*

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Основные понятия и определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.	<b>6</b>	2	-	2	2
2	Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.	<b>8</b>	2	-	2	4
3	Особенности применения технологий мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	<b>10</b>	2	-	2	6
4	Внутренняя планировка предприятия общественного питания и формирование потоков движения посетителей.	<b>10</b>	2	-	2	6
5	Комплекс продвижения товаров в местах продаж.	<b>16</b>	4	-	4	8
6	Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	<b>16</b>	4	-	4	8
	Подготовка к зачету	<b>6</b>				6
	<b>Итого:</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>16</b>	<b>40</b>

*Заочная форма обучения*

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Основные понятия и	<b>10</b>	1	1	-	8

	определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.					
2	Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.	<b>10</b>	1	1	-	8
3	Особенности применения технологий мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	<b>10</b>	1	1	-	8
4	Внутренняя планировка предприятия общественного питания и формирование потоков движения посетителей.	<b>10</b>	1	1	-	8
5	Комплекс продвижения товаров в местах продаж.	<b>12</b>	1	1	-	10
6	Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	<b>16</b>	1	1	-	14
	Подготовка к зачету	<b>4</b>			-	<b>4</b>
	<b>Итого:</b>	<b>72</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		<b>56+4</b>

## 5.2. Содержание:

### Тема 1. Основные понятия и определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.

Мерчендайзинг: понятие, сущность. Цели и задачи мерчендайзинга. Назначение мерчендайзинга в организациях общественного питания: обеспечение конкурентных преимуществ, повышение уровня обслуживания, возрастание роли и статуса организаций общественного питания в канале распределения и эффективности его функционирования, формирование и поддержание потребительских предпочтений кулинарной продукции и услуги конкретной организации общественного питания.

Инновации в мерчендайзинге. Применение новых технологий мерчендайзинга в салонном сервисе. Специфика мерчендайзинга за рубежом. Тенденции развития мерчендайзинга.

### Тема 2. Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.

Поведение потребителя в процессе принятия решения о покупке. Психологические особенности человеческого восприятия. Маркетинговые инструменты, влияющие на процесс покупки. Визуальный мерчендайзинг. Посетители предприятий общественного питания: их отличия.

Анализ факторов атмосферы предприятия общественного питания, их влияние на эмоциональное состояние посетителей.

### **Тема 3. Особенности применения технологий мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.**

Объекты мерчендайзинга: понятие, виды (продукция, товары, торгово-технологическое оборудование, методы обслуживания посетителей предприятия общественного питания). Основные функции мерчендайзера на предприятии общественного питания.

Сущность выкладки товаров на предприятиях общественного питания, основные виды выкладки. Общие принципы и стандарты выкладки. Правила эффективного расположения товаров на полочном пространстве. Определение оптимального размера выкладки. Контроль за выкладками.

### **Тема 4. Внутренняя планировка предприятий общественного питания и формирование потоков движения посетителей.**

Виды предприятий общественного питания. Факторы, формирующие планировку предприятия. Правила рационального распределения помещений предприятий общественного питания (торгово-технологического оборудования, узлов расчета, продукции и блюд). Сегментация площади торгового зала и расчет основных коэффициентов эффективности внутренней планировки. Эффективное размещение и разделение товарных групп. Расположение основных и дополнительных точек продаж. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон. Правило «золотого треугольника». Характеристики движения посетителей. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри предприятия и вид планировки торгового зала.

#### **Тема 5. Комплекс продвижения товаров на местах продаж.**

Роль рекламы и инструментов стимулирования сбыта. Планирование и проведение маркетинговых мероприятий. Разработка рекламных сообщений о продукции. Эффективная организация ценников на различных местах продаж. Средства оформления мест продажи товара. Понятие, значение и виды POS-материалов. Основные виды и правила размещения рекламных материалов. Сущность, виды и формы семплинга. Витрина как инструмент визуального мерчендайзинга.

### **Тема 6. Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.**

Выбор метода сбора маркетинговой информации. Понятие эффективности мерчендайзинга. Показатели эффективности мерчендайзинга.

## **6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

### **6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)**

*Для очной формы обучения*

<b>№ п/п</b>	<b>Раздел (тема) дисциплины</b>	<b>Задание</b>	<b>Часы</b>	<b>Методические рекомендации по выполнению задания</b>	<b>Форма контроля</b>
--------------	---------------------------------	----------------	-------------	--	-----------------------



1	Основные понятия и определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к лабораторной работе, выполнение домашней работы, задаваемой на лабораторных занятиях по усмотрению преподавателя – поиск информации и подготовка презентации по индивидуальному творческому заданию, подготовка отчета по лабораторной работе.	2	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест сообщение-презентация по теме индивидуального задания групповое обсуждение сообщения отчет по выполнению ситуационной и кейс- задач.
2	Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.	4	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, отчет по индивидуальной творческой работе
3	Особенности применения технологий мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.	6	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, отчет по индивидуальной творческой работе.
4	Внутренняя планировка предприятия общественного питания и формирование потоков движения посетителей.	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к лабораторным работам, выполнение домашней работы, поиск информации и подготовка отчета-презентации по лабораторной работе.	6	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, сообщения-презентации по теме индивидуального задания, групповое обсуждение посещений предприятий и результатов деловой игры, отчет по лабораторной работе.
5	Комплекс продвижения товаров в местах продаж.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск и сбор первичной и вторичной	8	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, сообщения-презентации по теме индивидуального задания,

		информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к лабораторным работам и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований.			групповое обсуждение посещений предприятий и результатов решения ситуационных задач, отчет-презентация по лабораторной работе.
6	Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.	8	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, отчет по индивидуальной творческой работе.
	Подготовка к зачету		6		
	Всего		40		

*Для заочной формы обучения*

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Основные понятия и определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к лабораторной работе, выполнение домашней работы, задаваемой на лабораторных занятиях по усмотрению преподавателя – поиск информации и подготовка презентации по индивидуальному творческому заданию, подготовка отчета по лабораторной работе.	8	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, сообщение-презентация по теме индивидуального задания, групповое обсуждение сообщения, отчет по выполнению ситуационной и кейс-задач.
2	Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.	8	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, отчет по индивидуальной творческой работе
3	Особенности применения	Выполнение заданий по текущему	8	Изучить материалы лекций и	тест, отчет по

	технологий мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.		дополнительных источников информации	индивидуальной творческой работе.
4	Внутренняя планировка предприятия общественного питания и формирование потоков движения посетителей.	Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к лабораторным работам, выполнение домашней работы, поиск информации и подготовка отчета-презентации по лабораторной работе.	8	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, сообщения-презентации по теме индивидуального задания, групповое обсуждение посещений предприятий и результатов деловой игры, отчет по лабораторной работе.
5	Комплекс продвижения товаров в местах продаж.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к лабораторным работам и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований.	10	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, сообщения-презентации по теме индивидуального задания, групповое обсуждение посещений предприятий и результатов решения ситуационных задач, отчет-презентация по лабораторной работе.
6	Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга на предприятиях общественного питания.	Выполнение заданий по текущему контролю, поиск информации и подготовка отчета по творческому индивидуальному заданию.	14	Изучить материалы лекций и дополнительных источников информации	тест, отчет по индивидуальной творческой работе.
	Подготовка к зачету		4		
	Всего		<b>56+4</b>		

## 6.2. Тематика и задания для практических и лабораторных занятий

1. Концепции предприятий общественного питания.  
Инновационные формы обслуживания на основе принципов мерчендайзинга
2. Анализ ресурсов и поведения потребителей предприятий общественного питания
3. Составление плана зала обслуживания на основе принципов мерчендайзинга
4. Сервировка стола с учетом мерчендайзингового подхода или разработка и оформление тематического стола.
5. Разработка меню и карты вин с учетом мерчендайзинговых подходов.
6. Мерчендайзинговые методы продажи продукции общественного питания.

## 6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

*нет*

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

	Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
<i>а) основная:</i>		
1	Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238- 01223-0	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114714">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114714</a>
<i>б) дополнительная</i>		
2	Максименко, А.А. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли : учебное пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Костромской государственной университет имени Н. А. Некрасова. - Кострома : КГУ им. Н. А. Некрасова, 2013. - 140 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-7591-1315-7	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=275641">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=275641</a>
3	Максименко, Александр Александрович. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли : учеб. пособие / А. А. Максименко, Е. Г. Пичугина ; М-во образования и науки РФ, Костром. гос. ун-т им. Н. А. Некрасова. - Кострома : КГУ, 2013. - 139, [1] с. - ISBN 978-5-7591-1315-7	11
<i>в) периодические издания</i>		
Индустрия моды		
Современная торговля		
Спрос		
Коммерсант		
Маркетинг в России и за рубежом		
Российская торговля		

## 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

<https://www.merchandising.ru> вопросы мерчендайзинга.  
<http://www.advertology.ru/article107092.htm> наука о рекламе  
<http://vitrinistika.ru> визуальный мерчендайзинг

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Университетская библиотека online»
2. ЭБС «Znaniium»

## 9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Гл-404 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)	<p>Портативное видеопрезентационное оборудование:</p> <p>Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/;</p> <p>Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения+комплект колонок SVEN SPS-70. Переносной экран, рабочая доска.</p> <p>Столы, стулья для обучающихся (Посадочные места на 22 студента); стол, стул для преподавателя; доска.</p>	<p>Windows 7 Professional по лицензии OEM Software (поставщик ООО «Системный интегратор», договор № 22 ГК от 16.12.2016 г.)</p> <p>Свободно распространяемое программное обеспечение: LibreOffice (тип лицензии - GNU LGPL v3+).</p> <p>Антивирус Касперского Лицензия 1c06-141124-064441</p>
Гл-125 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)	<p>Барная стойка, сервировочные столы, столовые приборы, посуда и предметы для сервировки.</p> <p>Портативное видеопрезентационное оборудование:</p> <p>Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/Windows 8.1 64-bit);</p> <p>Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения+комплект колонок SVEN SPS-70.</p>	
Б1-202 - помещение для самостоятельной работы (156000, г. Кострома, ул. Пятницкая, д. 2/18)	<p>Читальный зал на 128 индивидуальных рабочих мест, копировальный аппарат - 1шт.; экран и мультимедийный проектор - 1шт.</p> <p>Электронный читальный зал: Рабочие места, оснащенные ПК, объединены локальной сетью с выходом в интернет - 25шт.; демонстрационная LCD-панель - 1шт.; аудио 2.1 - 1шт.; принтеры в т.ч. большеформатный и цветной - 4шт.; сканеры (A2 и A4) - 2шт.; web-камеры - 3шт. микрофоны - 2шт.</p>	<p>АИБС MapSQL - 3шт. Windows XP SP3 - 10шт. лицензия. Windows 7 Pro лицензия 00180-912-906-507 постоянная-1шт.; Windows 8 Pro лицензия 01802000875623 постоянная 1-шт.; ABBYY FineReader 11,12 Pro - box лицензия -2шт.; АИБС MapSQL - 25шт. лицензия.</p> <p>Антивирус Касперского Лицензия 1c06-141124-064441</p>
Гл-401 - помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (156005, Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)	<p>Шкафы, кронштейны, стол, стеллажи для хранения материалов и фондов работ, хранение курсовых проектов и контрольных работ.</p>	<p>Специальное лицензионное ПО не требуется</p>