



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		



УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ИМЭиФК УлГУ
от « 17 » мая 2023 г., протокол № 9/250

Председатель  (В.И. Мидленко)
« 17 » мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина:	Маркетинг в здравоохранении
Факультет	медицинский
Кафедра:	Общественного здоровья и здравоохранения (ОЗЗ)
Курс	V

Направление (специальность) 31.05.01 “Лечебное дело”

Направленность (профиль/специализация) _____

Форма обучения очная

Дата введения программы в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2023 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № __ от ____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № __ от ____ 20__ г.

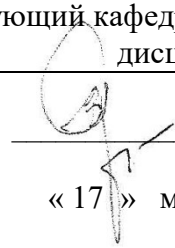
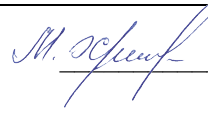
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № __ от ____ 20__ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № __ от ____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № __ от ____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Горбунов В.И.	ОЗЗ	Зав. кафедрой, д.м.н., профессор
Возженникова Г.В.	ОЗЗ	Доцент, к.м.н., доцент
Исаева И.Н.	ОЗЗ	Доцент, к.м.н.

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой ОЗЗ, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой госпитальной терапии
 /Горбунов В.И./	 / Визе-Хрипунова М.А./
« 17 » мая 2023 г.	« 17 » мая 2023 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: овладение теоретическими основами маркетинга в здравоохранении

Задачи освоения дисциплины:

- Изучение основных понятий и принципов маркетинга в здравоохранении
- Изучение принципов ценообразования в здравоохранении
- Изучение особенностей рынка медицинских услуг
- Изучение принципов маркетинговой деятельности медицинской организации

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:


В соответствии с Учебным планом дисциплина «Маркетинг в здравоохранении» относится к части дисциплин специальности 31.05.01 «Лечебное дело» высшего медицинского образования, формируемой участниками образовательных отношений и является дисциплиной по выбору. Изучается в девятом семестре.

Освоение дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» базируется на знаниях, умениях и навыках, формируемых предшествующими дисциплинами: «Социальное предпринимательство», «Иммунология», «Физиология висцеральных систем», «Основы рационального питания», «Проектная деятельность». «Общественное здоровье и здравоохранение», «Профессиональный электив. Здравоохранение»

Учебная дисциплина «Маркетинг в здравоохранении» позволяет студентам получить необходимые знания, умения и навыки при освоении последующих дисциплин: «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков врача амбулаторно-поликлинического учреждения», Практика «Помощник врача амбулаторно-поликлинического учреждения», «Управление качеством медицинской помощи», «Эпидемиология», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена».

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ» СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ в соответствии с ФГОС ВО

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК-10 – способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1ук10 Знать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике ИД-2ук10 Уметь применять методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей в различных областях жизнедеятельности ИД-3ук10 Владеть способностью принимать обоснованные экономические решения в

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

	различных областях жизнедеятельности
ПК-6 - Способность к применению основных принципов организации и управления в сфере охраны здоровья граждан, в медицинских организациях и их структурных подразделениях	<p>Знать: основы маркетинга и его применение в здравоохранении; особенности рынка в здравоохранении и специфику медицинских услуг; основы ценообразования в сфере медицинских услуг; основы маркетинговой деятельности медицинской организации</p> <p>Уметь: провести анализ маркетинговой деятельности медицинской организации; провести анализ рынка медицинских услуг</p> <p>Владеть: методами расчета цен на медицинские товары и услуги</p>


4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		9
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	24	24/24
Аудиторные занятия:	24	24/24
Лекции (в т.ч. ПрП)	-	-
Семинары и практические занятия (в т.ч. ПрП)	24	24/24
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	48	48
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контрольная работа, коллоквиум, реферат и др.	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет
Всего часов по дисциплине	72	72

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указано количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

применением электронного обучения

4.3. Содержание дисциплины (модуля.) Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения _____ очная _____

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме		
		Лекции	Практические занятия, семинары			
1	2	3	4	5	6	7
1.История развития маркетинговой деятельности в здравоохранении. Теоретические основы маркетинга	12	-	4	1	8	Собеседование по вопросам темы занятия, доклад
2.Маркетинг в здравоохранении	12	-	4	1	8	Собеседование по вопросам темы занятия, доклад
3.Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении	12	-	4	1	8	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад
4.Стратегия ценообразования на рынке медицинских услуг	12	-	4	1	8	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад
5.Реклама медицинских услуг	12	-	4	1	8	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад
6.Маркетинговая деятельность медицинской организации. Маркетинг и предпринимательс	12	-	4	1	8	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

ТВО						
Всего	72	-	24	6	48	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Тема 1. История развития маркетинговой деятельности в здравоохранении. Теоретические основы маркетинга

Содержание темы:

Возникновение и исторические этапы развития маркетинга. История возникновения маркетинга в здравоохранении. Основные термины и понятия (маркетинг, маркетолог, нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок). Основные функции маркетинга. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом.

Тема 2. Маркетинг в здравоохранении

Содержание темы:

Определение понятий «маркетинг в здравоохранении» и «маркетинговое управление». Сущность и особенности маркетинга в здравоохранении. Цель, задачи, функции маркетинга в здравоохранении. Субъекты маркетинга. Виды маркетинга в здравоохранении. Маркетинговое управление. Маркетинговая среда. Товар в маркетинге здравоохранения.

Тема 3. Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении

Содержание темы:

Рынок медицинских услуг. Специфика рынка медицинских услуг в отличие от стандартного конкурентного рынка. Особенности сегментирования рынка медицинских услуг. Критерии сегментирования рынка медицинских услуг. Позиционирование на рынке медицинских услуг. Рынок общественного здоровья. Типология потребителей. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателя. Анализ рынка. Механизм функционирования рынка. Изучение спроса и предложения медицинских услуг.

Тема 4. Стратегия ценообразования на рынке медицинских услуг

Содержание темы:

Цена. Виды цен, наиболее часто употребляемые в рыночной практике. Факторы, определяющие особенности ценообразования в медицинской организации. Методы ценообразования. Определение себестоимости медицинской услуги и ее прибыль. Понятие рентабельности. Виды цен на медицинские услуги в РФ. Стратегия ценообразования в здравоохранении.

Тема 5. Реклама медицинских услуг


Содержание темы:

Реклама, экономическое значение. Условия успешной рекламной деятельности. Задачи рекламы. Виды рекламы. Роль рекламы в продвижении товара на рынке медицинских услуг. Особенности рекламы в здравоохранении, законодательные основы. Товарный знак.

Тема 6. Маркетинговая деятельность медицинской организации. Маркетинг и предпринимательство.

Содержание темы:

Основные задачи маркетинговой службы медицинской организации. Маркетинг в

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

медицинских организациях. Цели маркетинговой деятельности медицинской организации. Основные направления маркетинговой деятельности МО. Принципы организации маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования. Этапы составления и проведения маркетинговых исследований.

Законодательные основы предпринимательства в РФ. Предпринимательство в здравоохранении. Основные формы предпринимательской деятельности. Лицензирование и аккредитация деятельности производителей медицинских услуг. Бизнес-планирование медицинской организации.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1: История развития маркетинговой деятельности в здравоохранении. Теоретические основы маркетинга

(Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Маркетинг. Определение.
2. История возникновения маркетинга в здравоохранении
3. Основные термины и понятия: нужда, потребность, товар, запрос, обмен, сделка.
4. Принципы маркетинга.
5. Цель и задачи маркетинга.
6. Основные функции маркетинга.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Возникновение и исторические этапы развития маркетинга
2. Зарубежный опыт в области маркетинга в здравоохранении.
3. Концепции управления маркетингом

Тема 2: Маркетинг в здравоохранении

(Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Определение понятия «маркетинг в здравоохранении».
2. Виды маркетинга в здравоохранении (медицинских услуг, организаций, отдельных лиц, мест, идей)
3. Цель, задачи, функции маркетинга в здравоохранении.
4. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом.
5. Задачи управления маркетингом
6. Этапы управления маркетингом.
7. Маркетинговые исследования. Этапы маркетинговых исследований.

Вопросы для самостоятельного изучения


1. Основные подходы, концепции маркетинговой деятельности организации.
2. Маркетинговая среда (макро и микро среда)

Тема 3: Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении

(Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Рынок медицинских услуг. Основные характеристики и понятия.
2. Спрос. Виды спроса.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

3. Изучение спроса и предложения медицинских услуг.
4. Сегментация рынка. Основные принципы сегментации рынка в здравоохранении.
5. Критерии выбора сегмента рынка
6. Анализ рынка. Механизм функционирования рынка.
7. Характеристика групп потребителей на рынке медицинских услуг.
8. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателя.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Позиционирование товара на рынке медицинских услуг.
2. Рынок общественного здоровья.

Тема 4: Стратегия ценообразования на рынке медицинских услуг

(Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Цена. Основные составляющие (себестоимость, прибыль)
2. Рентабельность.
3. Основные этапы расчета цены.
4. Цена медицинской услуги на одного полеченного больного по данной нозологической форме.
5. Виды цен на медицинские услуги.
6. Эластичность спроса по цене.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Выбор стратегии ценообразования. Ценовая конкуренция в здравоохранении.
2. Концепция жизненного цикла медицинской услуги как критерий выбора маркетинговой стратегии

Тема 5: Реклама медицинских услуг

Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Реклама, экономическое значение.
2. Условия успешной рекламной деятельности.
3. Задачи рекламы.
4. Виды рекламы.
5. Роль рекламы в продвижении товара на рынке медицинских услуг.
6. Реклама в здравоохранении, законодательные основы.

Вопросы для самостоятельного изучения:


1. Товарный знак.
2. Особенности рекламной деятельности в современном здравоохранении.

Тема 6: Маркетинговая деятельность медицинской организации. Маркетинг и предпринимательство.

(Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Комплекс маркетинга. Основные категории (продукт, цена, место продажи, продвижение продукта).
2. Основные задачи маркетинговой службы медицинской организации.
3. Основные цели медицинской организации, ориентированной на применение

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

- маркетинга.
4. Оптимальный алгоритм выхода медицинской организации на рынок медицинских услуг.
 5. Принципы организации маркетинговых исследований.
 6. Методы маркетингового исследования.
 7. Этапы составления и проведения маркетинговых исследований.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Законодательные основы предпринимательства в РФ.
2. Основные формы предпринимательской деятельности в здравоохранении.
3. Лицензирование и аккредитация производителей медицинских услуг.
4. Бизнес-планирование медицинской организации.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Данный вид работы не предусмотрен УП

8. ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ

1. Возникновение и исторические этапы развития маркетинга
2. Зарубежный опыт в области маркетинга в здравоохранении.
3. Концепции управления маркетингом
4. Основные подходы, концепции маркетинговой деятельности организации.
5. Маркетинговая среда (макро и микро среда)
6. Позиционирование товара на рынке медицинских услуг.
7. Рынок общественного здоровья.
8. Выбор стратегии ценообразования. Ценовая конкуренция в здравоохранении
9. Концепция жизненного цикла медицинской услуги как критерий выбора маркетинговой стратегии
10. Товарный знак.
11. Особенности рекламной деятельности в современном здравоохранении.
12. Законодательные основы предпринимательства в РФ.
13. Основные формы предпринимательской деятельности в здравоохранении.
14. Лицензирование и аккредитация производителей медицинских услуг.
15. Бизнес-планирование медицинской организации.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Маркетинг. Определение. Принципы, цель и задачи, основные функции маркетинга.
2. История возникновения маркетинга в здравоохранении. Зарубежный опыт в области маркетинга в здравоохранении.
3. Основные термины и понятия: нужда, потребность, товар, запрос, обмен, сделка.
4. Маркетинг в здравоохранении. Виды маркетинга в здравоохранении. Цель, задачи, функции маркетинга в здравоохранении.
5. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом. Задачи и этапы управления маркетингом
6. Маркетинговые исследования. Этапы маркетинговых исследований.
7. Основные подходы, концепции маркетинговой деятельности организации.
8. Маркетинговая среда (макро и микро среда)
9. Рынок медицинских услуг. Основные характеристики и понятия. Сегментация рынка. Основные принципы сегментации рынка в здравоохранении. Критерии выбора

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		


сегмента рынка.

10. Концепция жизненного цикла медицинской услуги как критерий выбора маркетинговой стратегии
11. Спрос. Виды спроса. Изучение спроса и предложения медицинских услуг.
12. Анализ рынка. Механизм функционирования рынка. Позиционирование товара на рынке медицинских услуг.
13. Характеристика групп потребителей на рынке медицинских услуг. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателя.
14. Рынок общественного здоровья.
15. Цена. Основные составляющие (себестоимость, прибыль). Рентабельность. Виды цен на медицинские услуги. Эластичность спроса по цене.
16. Основные этапы расчета цены. Цена медицинской услуги на одного полеченного больного по данной нозологической форме. Выбор стратегии ценообразования. Ценовая конкуренция в здравоохранении
17. Реклама, экономическое значение. Виды рекламы. Задачи рекламы.
18. Условия успешной рекламной деятельности. Роль рекламы в продвижении товара на рынке медицинских услуг. Товарный знак.
19. Реклама в здравоохранении, законодательные основы. Особенности рекламной деятельности в современном здравоохранении.
20. Комплекс маркетинга. Основные категории (продукт, цена, место продажи, продвижение продукта).
21. Основные цели и задачи маркетинговой службы медицинской организации. Оптимальный алгоритм выхода медицинской организации на рынок медицинских услуг.
22. Принципы организации маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования. Этапы составления и проведения маркетинговых исследований.
23. Законодательные основы предпринимательства в РФ. Основные формы предпринимательской деятельности в здравоохранении.
24. Лицензирование и аккредитация производителей медицинских услуг.
25. Бизнес-планирование медицинской организации.


10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

№	Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
1	История развития маркетинговой деятельности в здравоохранении. Теоретические основы маркетинга	Работа с литературными источниками по изучаемой теме, подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	8	Оценка доклада Зачет
2	Маркетинг в здравоохранении	Работа с литературными источниками по изучаемой теме, подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	8	Оценка доклада Зачет

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

3	Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении	Работа с литературными источниками по изучаемой теме, решение задачи, подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	8	Проверка решения задачи, оценка доклада, зачет
4	Стратегия ценообразования на рынке медицинских услуг	Работа с литературными источниками по изучаемой теме, решение задачи, подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	8	Проверка решения задачи, оценка доклада, зачет
5	Реклама медицинских услуг	Работа с литературными источниками по изучаемой теме, решение задачи, подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	8	Проверка решения задачи, оценка доклада, зачет
6	Маркетинговая деятельность медицинской организации. Маркетинг и предпринимательство.	Работа с литературными источниками по изучаемой теме, решение задачи, подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	8	Проверка решения задачи, оценка доклада, зачет

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная

1. Столяров С.А. Менеджмент в здравоохранении: учебник для вузов / С.А.Столяров.- 2-е изд. испр и допол.-Москва: Издательство Юрайт.- 2022.-764 с. – (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-10638-1.- Текст электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL : <https://urait.ru/bcode/495369>
2. Медик В.А. Общественное здоровье и здравоохранение : учебник / В. А. Медик ; Медик В.А. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 672 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970470282.html>
3. Колосницына, М. Г. Экономика здравоохранения / под ред. М. Г. Колосницыной, И. М. Шеймана, С. В. Шишкина - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2018. - 464 с. - ISBN 978-5-9704-4228-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970442289.html>

дополнительная

1. Решетников, А. В. Экономика здравоохранения / Решетников А. В. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html>
2. Здоровье населения региона и приоритеты здравоохранения [Электронный ресурс] /Под ред. О.П. Щепина, В.А. Медика – М. : ГЭОТАР-Медиа, 2010. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970417126.html>
2. Информационные технологии в системе здравоохранения (цифровая медицина): учебно-методическое пособие для врачей общей лечебной сети, клинических ординаторов, студентов медицинских вузов / А.П. Алабин [и др.]; УлГУ, ИМЭиФК, Мед.фак, Каф. Обществ. здоровья и здравоохранения.-Ульяновск, УлГУ, 2018.- <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1364>
3. Исаева И. Н. Маркетинг в здравоохранении : учебно-методическое пособие для студентов, клинических ординаторов, аспирантов, врачей медицинских организаций и организаторов здравоохранения / И. Н. Исаева, В. И. Горбунов, Г. В. Возженникова; УлГУ, ИМЭиФК. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 840 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/4304>

учебно-методическая

1. Горбунов В. И. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» : для обучающихся по специальностям 31.05.01 – Лечебное дело, 31.05.02 – Педиатрия / В. И. Горбунов, Г. В. Возженникова, И. Н. Исаева; УлГУ, Мед. фак. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 228 КБ). - Текст : электронный.- <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/4461>

Согласовано:


Специалист ведущий _____ / Мажукина С. Н. _____ / _____ / _____ 2023

Должность сотрудника научной библиотеки

ФИО

Подпись

Дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения практических занятий (структурное подразделение ГУЗ ГП № 1 им. С.М. Кирова, ул. Энгельса 27, ауд.1, 2, 3) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской, а также имеется комплект мультимедийного оборудования, мультимедийный проектор, экран, акустические колонки.

Аудитории для проведения лекций укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской, а также имеются мультимедийное оборудование для работы с большой аудиторией (корпус 4, Наб.р.Свияга, 106, актовый зал).

Аудитории для самостоятельной работы (корпус 2, Наб.р.Свияга, 106, библиотека) укомплектованы специальной мебелью, имеются условия для доступа в сеть Internet.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

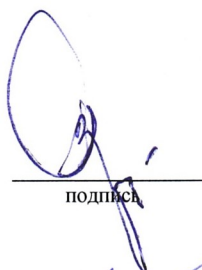
–для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

–для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

–для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчики



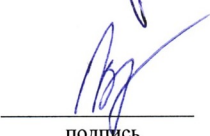
подпись

зав.кафедрой

должность

Горбунов В.И.

ФИО



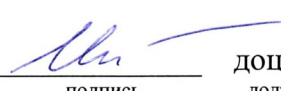
подпись

доцент

должность

Возженникова Г.В.

ФИО



подпись

доцент

должность

Исаева И.Н.

ФИО