


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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Маркетинг рынка медицинских услуг
Факультет	Экономический
Кафедра	Экономики и предпринимательства
Курс	1

38.04.01 направление магистратуры (Экономика)

код направления (специальности), полное наименование

Профиль Экономика и управление медицинской организацией

полное наименование

Форма обучения _____ заочная _____

очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)



Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2024 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры ЭиП: _____

Программа актуализирована на заседании кафедры ЭиП: _____

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Пустынникова Е.В.	Э и П	д.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой управления, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой экономики организации и предпринимательства
 _____/_____/_____ Подпись _____ « 18 » 06 2024 г.	 _____/_____/_____ Подпись _____ « 18 » 06 2024 г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цели освоения дисциплины: – сформировать понимание принципов работы рыночного механизма; понимание разнообразных форм конкуренции (совершенной и несовершенной); умение и навыки описания и анализа реальных рыночных явлений и моделей; навыки решения задач на основе экономических моделей, формирование квалификации для проведения анализа различных экономических процессов и явлений.

Задачи освоения дисциплины: направлены на получение студентами необходимых и достаточных знаний по читаемой дисциплине в рамках выполнения требований ФГОС ВО по направлению 38.04.01 «Экономика», формирование необходимых навыков для освоения последующих дисциплин.

В более детальном виде задачами дисциплины являются:


- ✓ формирование экономического мировоззрения;
- ✓ изучение концепций экономической теории и логики экономического анализа;
- ✓ углубленные представления о принципах и законах функционирования хозяйственных субъектов в условиях экономических систем;
- ✓ изучение методов исследования экономического развития организации;
- ✓ изучение основных классификаций в экономике;
- ✓ изучение и оценка экономических показателей деятельности организации;
- ✓ изучение эффективности производства валового внутреннего продукта и использования национального дохода;
- ✓ изучение уровня жизни, доходов и потребления населения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Маркетинг рынка медицинских услуг» имеет шифр Б1В.01 в учебном плане.

Дисциплина «Маркетинг рынка медицинских услуг» проводится в первом семестре, одновременно с дисциплинами: Правовое обеспечение медицинской деятельности, Экономика медицинской организации, Управление государственными и муниципальными закупками в здравоохранении/Логистика и ценовая политика медицинской организации.

Изучение Дисциплина «Маркетинг рынка медицинских услуг» предшествует изучению следующих дисциплин: Маркетинг рынка медицинских услуг» реализуется в одном семестре с дисциплинами: Экономическая теория (продвинутый курс), Налоговое планирование и администрирование в медицинской организации / Оптимизация налогообложения в здравоохранении, Эконометрика и практиками: Ознакомительная практика, Цифровая экономика, Управление инновациями в медицинской организации, Предпринимательская деятельность в здравоохранении, Управление человеческими ресурсами в медицинской организации, Стратегическое и оперативное управление медицинской организацией, Организация инвестиций, Внутренний аудит медицинской организации, Анализ и диагностика рисков финансово-хозяйственной деятельности организации, Внутренний аудит, Планирование и прогнозирование в медицинской организации, Финансовый и управленческий учет, Управление затратами в медицинской

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

организации, Система медицинского страхования, Страхование здоровья и прохождению, Бизнес-планирование, Практики проектной деятельности, практики по профилю профессиональной деятельности, Преддипломной практики, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ


Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК – 1 Способен к организации и контролю текущей деятельности медицинской организации	Знает: - ИД-1пк1 теорию и современную практику формирования и функционирования экономического субъекта; Умеет: - ИД-2пк1 решать задачи исследовательского и проектного характера, связанные с повышением эффективности организации; Владеет: - ИД-3пк1 навыками оценки соответствия результатов общим принципам, целям системы управления экономического субъекта;
ПК-4 Способен управлять рисками медицинской организации	Знает: - ИД-1пк4 сущность и элементы маркетинга медицинских услуг; - принципы построения и совершенствования процесса управления рисками в области маркетинга; Умеет - ИД-2пк4 анализировать внешний и внутренний контекст, проблемные области деятельности и потенциальные возможности маркетинга для развития медицинских организаций; Владеет - ИД-3пк4 навыками формулировки задач, принципов и целей процесса управления маркетинга медицинских услуг;

4.ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах) **72**

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u> заочная </u>)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам (1 семестр)		
		1	2	3

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


1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	10*	10*		
Аудиторные занятия:				
лекции	4*	4*		
Семинары и практические занятия	6*	6*		
лабораторные работы, практикумы				
Самостоятельная работа	58	58		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)	тестирование, опрос	тестирование, опрос		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет 4	Зачет 4		
Всего часов по дисциплине	72	72		

*проведение занятий в дистанционной форме


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

Форма обучения __заочная_____

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7		
Тема 1. Теоретические аспекты маркетинга рынка	8	-	1				7	устный или письменный опрос, зачет

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

медицинских услуг							
Тема 2. Маркетинговая среда на рынке медицинских услуг. Концепция жизненного цикла медицинской услуги.	9	1	1		1	7	устный или письменный опрос, зачет
Тема 3. Потребители товаров и услуг медицинского назначения. Особенности покупательского поведения Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг	8	-	1		1	7	устный или письменный опрос, зачет
Тема 4. Управление маркетингом в медицинской организации. Конкурентоспособность медицинских услуг.	9	1	1		1	7	устный или письменный опрос, зачет
Тема 5. Категория стоимости и ценообразования на рынке медицинских услуг.	8	-	1			7	устный или письменный опрос, зачет
Тема 6. Особенности планирования маркетинга в медицинской организации.	8	1				7	устный или письменный опрос, зачет
Тема 7. Особенности формирования	11	1	1		1	9	устный или письменный опрос,

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

товарной политики в маркетинге медицинской организации							экзамен
Тема 8. Особенности политики продвижения в маркетинге системе здравоохранения	7					7	устный или письменный опрос, зачет
Контроль	4						
Итого	68	4	6		4	58	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Теоретические аспекты маркетинга рынка медицинских услуг .

Сущность, особенность маркетинга в медицинской организации. Возникновение маркетинга как научной области знаний. Маркетинг коммерческих организаций и социальный маркетинг. Основные функции маркетинга в медицинской организации. Особенности применения инструментов маркетинга в медицинской организации.

Тема 2. Маркетинговая среда на рынке медицинских услуг. Концепция жизненного цикла медицинской услуги.

Классификация факторов маркетинговой среды. Макро- и микросреда в маркетинге. Влияние факторов макросреды на рынок товаров и услуг медицинского назначения.

Тема 3. Потребители товаров и услуг медицинского назначения. Особенности покупательского поведения Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг.


Классификация потребителей товаров и услуг медицинского назначения. Семья как потребитель товаров и услуг медицинского назначения. Факторы, влияющие на поведение покупателей. Процесс принятия решения о покупке.

Тема 4. Управление маркетингом в медицинской организации. Конкурентоспособность медицинских услуг.

Процесс управления маркетингом в медицинских организациях. Принципы управления маркетингом. Концепции, используемые в управлении маркетингом в медицинской организации здравоохранения. Анализ конъюнктуры рынка медицинских услуг. Конкурентоспособность медицинских товаров и услуг. Конкурентоспособность организации в сфере здравоохранения.

Тема 5. Категория стоимости и ценообразования на рынке медицинских услуг.

Маркетинговые исследования в системе здравоохранения Система маркетинговой информации. Классификация маркетинговых исследований, методические основы их

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

проведения. Факторы, влияющие на цену товаров и услуг медицинского назначения. Особенности политики цен в системе здравоохранения. Факторы, влияющие на цену товаров и услуг медицинского назначения


Тема 6. Особенности планирования маркетинга в медицинской организации
Сущность, принципы, подходы планирования маркетинга товаров и услуг медицинского назначения в медицинской организации. Особенности планирования маркетинга в системе здравоохранения. Стратегия и тактика маркетинга. Оперативное планирование маркетинга. Основные стратегии маркетинга в организациях системы здравоохранения. Планирование комплекса продвижения.

Тема 7. Особенности формирования товарной политики в маркетинге медицинской организации. Критерии выбора целевого рынка. Варианты охвата рынка. Прогнозирование спроса. Расчет емкости рынка. Классификация медицинских препаратов. Классификация медицинских услуг. Сертификация медицинских препаратов. Способы защиты товаров и услуг от фальсификации. Основы патентования.

Тема 8. Особенности политики продвижения в маркетинге системе здравоохранения Понятие о прямом и косвенном сбыте. Способы организации прямых продаж. Каналы сбыта. Оптовая и розничная продажа медицинских препаратов и медицинской техники. Средства продвижения в маркетинге здравоохранения: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личная продажа. Расчет затрат на продвижение. Оценка эффективности продвижения.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Тема дисциплины	Темы занятий семинарского типа	Часы в т.ч. интерактивно
1	Теоретические аспекты маркетинга рынка медицинских услуг.	Анализ понятийного аппарата и практика целеполагания	1
2	Маркетинговая среда на рынке медицинских услуг. Концепция жизненного цикла медицинской услуги	SWOT-анализ рынке медицинских услуг. Кривая ЖЦП.	1
3	Потребители товаров и услуг медицинского назначения. Особенности покупательского поведения. Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг.	Семья, как объект исследования маркетинга медицинской организации. Параметры спроса и предложения. Мотивы поведения потребителей	1/1
4	Управление маркетингом в медицинской организации. Конкурентоспособность медицинских услуг	Экономический анализ рынка. Деловая игра «Разработка маркетинговых решений». Задания 1 и 2	1/1
5	Категория стоимости и ценообразования на рынке медицинских услуг.	Виды цен рынка медицинских услуг. Методы ценообразования. Решение задач.	1/1

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

6	Особенности планирования маркетинга в медицинской организации	Деловая игра «Комплекс маркетинг-микс по оказанию медицинских услуг»	
7	Особенности формирования товарной политики в маркетинге медицинской организации	Решение задач: Точка безубыточности и эффект масштаба	1/1
8	Особенности политики продвижения в маркетинге системе здравоохранения	Типы посредников. «Центр тяжести» на рынке медицинских услуг. Брэнддинг медицинской организации	

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Роль маркетинга в обеспечении конкурентоспособности современной медицинской организации
2. Пути совершенствования снабженческо-сбытовой политики медицинской организации
3. Эффективность внедрения информационных систем в маркетинговые процессы организации
4. Основные функции маркетинга на рынке медицинских услуг
5. Пути ускорения товарооборота и роста объема медицинских услуг
6. Виды сегментирования на рынке медицинских услуг
7. Эффективность применения автоматической идентификации штриховых кодов
8. Перспектива развития маркетинга на рынке медицинских услуг
9. Интеграционные подходы на рынке медицинских услуг
10. Роль маркетинга, оказывающего влияние на конкурентоспособность медицинской организации.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


«Данный вид работы не предусмотрен УП».

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

«Данный вид работы не предусмотрен УП».

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Маркетинг в системе охраны здоровья населения РФ.
2. Категории маркетинга. Основные функции маркетинга в здравоохранении.
3. Социальный маркетинг. Предмет, цели, задачи социального маркетинга.
4. Роль социального маркетинга в управлении здравоохранением.
5. Маркетинговая среда в здравоохранении: макросреда и микросреда.
6. Основные факторы макро- и микросреды в здравоохранении.
7. Организация службы маркетинга в организациях здравоохранения. Принципы построения организационных структур.
8. Маркетинговые исследования в здравоохранении: классификация, основы проведения.
9. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг медицинского назначения. Отличие конкурентоспособности услуги от конкурентоспособности организации.
10. Изучение конъюнктуры рынка товаров и услуг медицинского назначения.
11. Прогнозирование спроса на товары и услуги медицинского назначения. Расчет емкости рынка.

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


12. Особенности потребительского рынка в здравоохранении. Индивидуальные и коллективные потребители.
13. Семья, как объект исследования маркетинга в здравоохранении. Этапы жизненного цикла семьи.
14. Система управления маркетингом.
15. Концепции управления организацией здравоохранения.
16. Критерии выбора целевого сегмента на рынке товаров и услуг медицинского назначения.
17. Принципы сегментирования в здравоохранении и их возможные сочетания.
18. Планирование маркетинга в организациях здравоохранения. Виды и элементы планов маркетинга.
19. Основные маркетинговые стратегии в здравоохранении.
20. Маркетинг-микс медицинской организации.
21. Особенности медицинских услуг. Классификация товаров и изделий медицинского назначения.
22. Способы защиты товаров и услуг от фальсификации. Сущность патентования.
23. Особенности ценообразования в маркетинге здравоохранения. Методы ценообразования в здравоохранении.
24. Корректирование цен с учетом особенностей товарного ассортимента, сезонных скидок, психологии восприятия цены покупателем.
25. Факторы, влияющие на уровень цен в здравоохранении.
26. Особенности распределения товаров и услуг медицинского назначения.
27. Средства продвижения медицинских товаров и услуг: реклама, пропаганда, стимулирование спроса и личная продажа.
28. Особенности планирования комплекса продвижения товаров и услуг медицинского назначения.
29. Методы расчета затрат на продвижение товаров и услуг медицинского назначения.
30. Оценка эффективности комплекса продвижения товаров и услуг медицинского назначения.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019г.).

Форма обучения _____ заочная _____

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.)
Теоретические аспекты маркетинга рынка	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы,		Тестирование; подготовка к


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

медицинских услуг.	интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	зачету
Маркетинговая среда на рынке медицинских услуг. Концепция жизненного цикла медицинской услуги	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям.	7	Тестирование; подготовка к зачету
Потребители товаров и услуг медицинского назначения. Особенности покупательского поведения. Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг.	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	Тестирование; подготовка к зачету
Управление маркетингом в медицинской организации. Конкурентоспособность медицинских услуг	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	Тестирование; подготовка к зачету
Категория стоимости и ценообразования на рынке медицинских услуг.	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	Тестирование; подготовка к зачету
Особенности планирования маркетинга в медицинской организации	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	Тестирование; подготовка к зачету
Особенности формирования товарной политики в маркетинге медицинской организации	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	9	Тестирование; подготовка к зачету
Особенности политики продвижения в маркетинге системе здравоохранения	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	Тестирование; подготовка к зачету

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная

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

А) основная литература

1. **Фармацевтический маркетинг** : Учебное пособие для вузов / Николай Иннокентьевич, Маргарита Ефимовна, Алексей Александрович, Евгений Андреевич ; Суслов Н. И., Добрусина М. Е., Чурин А. А., Лосев Е. А. - Москва : Юрайт, 2022. - 319 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/490143>
2. **Восколович, Н. А.** Экономика платных услуг : Учебник и практикум для вузов / Нина Александровна ; Восколович Н. А. - 4-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 441 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/491459>

дополнительная

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490827>
2. **Маркетинг** : Учебник и практикум для вузов / Лариса Александровна, Светлана Викторовна, Петр Юрьевич [и др.] ; под ред. Данченко Л.А. - Москва : Юрайт, 2022. - 486 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/488964>
3. **Маркетинг** : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489171>
4. Пустынникова Е. В. Развитие системы медицинских услуг на основе межфирменной интеграции : монография / Пустынникова Екатерина Васильевна. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - 173 с. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 7,05 МБ). - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/10452>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный

учебно-методическая

1. Пустынникова Е. В. **Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Маркетинг рынка медицинских услуг» по направлению магистратура 38.04.01 «Экономика»** / Е. В. Пустынникова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. экономики и предпринимательства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 506 КБ). - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2455>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный

Согласовано:

Слав. Библиотекарь, Голосова М.И., МР


Должность сотрудника научной библиотеки

ФНО

подпись

дата

13.06.2024г.

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

б) Программное обеспечение –

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

03.06.2024

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оснащенные проектором, ноутбуком, аудиооборудованием для просмотра видео:

– ауд. 6 и 14 (корпус по ул. Федерации, 29);


– актовый зал, 703, 709 и др. аудитории (корпус по ул. Пушкинская, 4а).

Аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов с выходом в интернет:

– комп.класс 1к, 10 рабочих мест (компьютеры Celeron 2,7 Ghz, 256 mb, 80 Gb, SyncVaster740N) (корпус по ул. Федерации, 29);

– комп.класс 806, 1 сервер и 16 рабочих мест (компьютеры IntelCeleron 3 Ghz, 1,5 Gb, 80 Gb, ViewSonicVA703b, MS Office) (корпус по ул. Пушкинская, 4а);

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной инфромационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе:

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

– читальный зал (803 ауд., корпус по ул. Пушкинская, 4а).

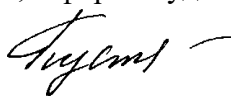
13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение по ОПОП ВО обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и отдельно. 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».



Разработчик _____ профессор _____ Пустынникова Е.В. _____