

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

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета факультета
гуманитарных наук и социальных технологий
от «20» июня 2024 г., протокол № 5
Председатель С.Н.Митин
« 20 » июня 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Социальный маркетинг
Факультет	Факультет гуманитарных наук и социальных технологий
Кафедра	Кафедра педагогики профессионального образования и социальной деятельности
Курс	1 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 39.04.02 Социальная работа

Направленность (профиль/специализация): Организационно-управленческая деятельность в сфере социальной работы

Форма обучения: заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 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
Смолькин Валерий Петрович	Кафедра педагогики профессионального образования и социальной деятельности	Доцент, Кандидат экономических наук, Доцент

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой педагогики профессионального образования и социальной деятельности
 <i>Подпись</i>
/ Львова Е.Н./ <i>расшифровка подписи</i>
"20" мая 2024 года

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

формирование у студентов системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения маркетинговых исследований.

Задачи освоения дисциплины:

- вооружение студентов знаниями основ методологии, методов и научных понятий маркетинга;
- формирование практических навыков и умений применения научных методов в ходе маркетингового исследования, а также разработка программы и методики его проведения;
- развитие исследовательского мышления, творчества и интереса к эмпирическим исследованиям;
- формирование готовности к применению полученных знаний, навыков и умений исследовательской работы в практической деятельности менеджера;
- ознакомление с этическими нормами и правилами осуществления маркетингового исследования

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Социальный маркетинг» относится к числу дисциплин блока Б1.В.ДВ.01, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 39.04.02 Социальная работа.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: УК-3, ПК-4.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Педагогика и психология (высшей школы), История, теория и практика социальной работы в системе образования, Социально-демографические проблемы и их особенности в регионе, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Инновационный менеджмент в социальной сфере, Профессиональная этика и культура управления, Преддипломная практика, Технология проектирования в социальной сфере, Инвестиции, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Теория и технология управленческой деятельности в различных сферах жизнедеятельности, Методика преподавания социальных дисциплин, Управление проектами в профессиональной деятельности, Теория и практика управления в социальной работе.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, 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
<p>УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>знать: основные динамические процессы в группе; - виды команд, стадии командообразования; принципы, лежащие в основе методов формирования команды; - современные методы работы в коллективе.</p> <p>уметь: обеспечивать членов команды эффективной обратной связью; толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. ИУК-3.1. Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели ИУК-3.2. Организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений</p> <p>владеть: навыками кооперации с коллегами; навыками работы на общий результат; - навыками организации и координации взаимодействия между людьми с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий ИУК-3.3. Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создает рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде</p>
<p>ПК-4 Определение целевых показателей деятельности организации и ее работников</p>	<p>знать: определение понятий социальной и этической ответственности при принятии решений, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях; содержание процесса формирования целей профессионального и личностного развития, способы его реализации при решении профессиональных задач, подходы и ограничения при использовании творческого потенциала формы и методы повышения своей квалификации и мастерства; современные методы управления коллективом, принципы толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий теорию и методологию разработки организационно-управленческих решений; методологию оценки условий и последствий принимаемых организационно-управленческих решений; специфику проведения маркетинговых исследований в социальной сфере.</p> <p>уметь: анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, определять меру социальной и этической ответственности за принятые решения формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их реализации; самостоятельно выбирать формы и методы повышения своей квалификации и мастерства; применять современные методы управления коллективом, принципы толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий доказывать</p>

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
	<p>эффективность организационно-управленческих решений; обосновать методы принятия и реализации организационно-управленческих решений; определять последствия принимаемых организационно-управленческих решений проводить маркетинговые исследования в социальной сфере. ИПК-4.1. Осуществляет планирование деятельности сотрудников и подразделений организаций, реализующих деятельность по социальной защите граждан</p> <p>владеть: навыками действий в нестандартных ситуациях, прогнозировать результаты социальной и этической ответственности за принятые решения, приемами и технологиями формирования целей саморазвития и их реализации, критической оценки результатов деятельности по решению профессиональных задач и использованию творческого потенциала; навыками самостоятельного повышения своей квалификации и мастерства; современными методами управления коллективом, принципами толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; способами обоснования эффективности организационно-управленческих решений, навыками их критической оценки и определения экономического и социального эффекта от внедрения решений, маркетинговыми технологиями в социальной сфере. ИПК-4.2. Осуществляет координацию и организацию деятельности сотрудников и подразделений организаций, реализующих деятельность по социальной защите граждан</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 5 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 180 часов

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		1
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	20	20
Аудиторные занятия:	20	20
Лекции	6	6
Семинары и практические занятия	14	14
Лабораторные работы, практикумы	-	-

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		1
1	2	3
Самостоятельная работа	151	151
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Устный опрос, Тестирование	Устный опрос, Тестирование
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Экзамен (9)	Экзамен
Всего часов по дисциплине	180	180

4.3. Содержание дисциплины. 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	8
Раздел 1. Раздел 1. Теоретические основы маркетинга							
Тема 1.1. Модель предпринимательства и стратегия маркетинга	28	1	2	0	1	25	Тестирование, Устный опрос
Тема 1.2. Маркетинг взаимодействия – современная концепция маркетинга	28	1	2	0	1	25	Тестирование, Устный опрос
Раздел 2. Раздел 2. Ценообразование.							

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	8
Тема 2.1. Ценовая политика субъекта хозяйствования. Цели и порядок ценообразования.	28	1	2	0	1	25	Тестирование, Устный опрос
Тема 2.2. Ценовая стратегия предприятия.	28	1	2	0	1	25	Тестирование, Устный опрос
Раздел 3. Раздел 3. Рекламная деятельность.							
Тема 3.1. Роль и значение рекламы в современном обществе.	28	1	2	0	1	25	Тестирование, Устный опрос
Тема 3.2. Основные понятия рекламного менеджмента.	31	1	4	0	3	26	Тестирование, Устный опрос
Итого подлежит изучению	171	6	14	0	8	151	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Раздел 1. Теоретические основы маркетинга

Тема 1.1. Модель предпринимательства и стратегия маркетинга.

Определение предпринимательства и бизнеса. Сферы предпринимательства. Современная характеристика предпринимательской деятельности. Определение маркетинга. Модель, поясняющая содержание маркетинга. Три взаимосвязанных комплекса задач маркетинга.

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

Тема 1.2. Маркетинг взаимодействия – современная концепция маркетинга

Основные концепции маркетинга. Эволюция концепции маркетинга. Основная идея маркетинга взаимодействия. Маркетинг взаимодействия. Модель жизненного цикла взаимоотношений с покупателем (модель трех стадий). Основная задача маркетологов по совместительству.

Раздел 2. Раздел 2. Ценообразование.

Тема 2.1. Ценовая политика субъекта хозяйствования. Цели и порядок ценообразования.

Определение цены. Последовательность ценообразования. Процесс ценообразования. Тактика ценообразования. Факторы влияния.

Тема 2.2. Ценовая стратегия предприятия.

Основные ценовые стратегии предприятия. Преимущества и недостатки существующих стратегий.

Раздел 3. Раздел 3. Рекламная деятельность.

Тема 3.1. Роль и значение рекламы в современном обществе.

Роль рекламы в современном обществе. Социальная роль рекламы. Значение овладения рекламистами знаниями о роли рекламы.

Тема 3.2. Основные понятия рекламного менеджмента.

Эффективное управление рекламной деятельностью. Сущность рекламного менеджмента. Субъекты и объекты рекламного менеджмента. Система рекламного менеджмента.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Раздел 1. Теоретические основы маркетинга

Тема 1.1. Модель предпринимательства и стратегия маркетинга.

Вопросы к теме:

Заочная форма

1. Процесс маркетинга. Основные стадии процесса маркетинга.
2. Основные принципы маркетинга.
3. Коммерческий и некоммерческий маркетинг.

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

Тема 1.2. Маркетинг взаимодействия – современная концепция маркетинга

Вопросы к теме:

Заочная форма

1. Основные концепции маркетинга.
2. Эволюция концепции маркетинга.
3. Маркетинг взаимодействия .
4. Модель жизненного цикла взаимоотношений с покупателем (модель трех стадий).

Раздел 2. Раздел 2. Ценообразование.

Тема 2.1. Ценовая политика субъекта хозяйствования. Цели и порядок ценообразования.

Вопросы к теме:

Заочная форма

1. Определение цены. Последовательность ценообразования.
2. Процесс ценообразования.
3. Тактика ценообразования.

Тема 2.2. Ценовая стратегия предприятия.

Вопросы к теме:

Заочная форма

1. Этапы ценообразования.
2. Методы ценообразования.
3. Расчетно-маркетинговый метод ценообразования.

Раздел 3. Раздел 3. Рекламная деятельность.

Тема 3.1. Роль и значение рекламы в современном обществе.

Вопросы к теме:

Заочная форма

1. Схема основных подходов к понятию рекламы.
2. Различные определения понятия рекламы.
3. Новые профессии в рекламном бизнесе.

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

Тема 3.2. Основные понятия рекламного менеджмента.

Вопросы к теме:

Заочная форма

1. Рекламное обращение. Процесс разработки рекламных посланий.
2. Этапы творческого рекламного процесса. Содержание рекламного обращения.
3. Психология рекламы.

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 ЭКЗАМЕНУ

1. Современный маркетинг, как совокупность четырёх факторов деятельности. 2. Маркетинг имеет дело с двумя потоками деятельности и полезностей:... 3. Двухединный и взаимодополняющий подход в маркетинге. 4. Типология рынка в зависимости от соотношения спроса и предложения.
1. Основные концепции маркетинга. 2. Эволюция концепции маркетинга. 3. Основная идея маркетинга взаимодействия. 4. Модель жизненного цикла взаимоотношений с покупателем (модель трех стадий).
3. Этапы ценообразования. Оценка спроса. Система скидок. Методы ценообразования. Расчетно-маркетинговый метод ценообразования.
4. Три группы цен. Классификация цен по обслуживаемой сфере. Оптовая цена предприятия. Классификация цен в зависимости от территории действия
5. Схема основных подходов к понятию рекламы. Различные определения понятия рекламы. Новые профессии в рекламном бизнесе.
6. Определение рекламного обращения. Процесс разработки рекламных посланий. Этапы творческого рекламного процесса. Содержание рекламного обращения. Психология рекламы.

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.).

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

По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица

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.)
Раздел 1. Раздел 1. Теоретические основы маркетинга			
Тема 1.1. Модель предпринимательства и стратегия маркетинга.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	25	Вопросы к экзамену, Тестирование, Устный опрос
Тема 1.2. Маркетинг взаимодействия – современная концепция маркетинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	25	Вопросы к экзамену, Тестирование, Устный опрос
Раздел 2. Раздел 2. Ценообразование.			
Тема 2.1. Ценовая политика субъекта хозяйствования. Цели и порядок ценообразования.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	25	Вопросы к экзамену, Тестирование, Устный опрос
Тема 2.2. Ценовая стратегия предприятия.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	25	Вопросы к экзамену, Тестирование, Устный опрос
Раздел 3. Раздел 3. Рекламная деятельность.			
Тема 3.1. Роль и значение рекламы в современном обществе.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	25	Вопросы к экзамену, Тестирование, Устный опрос
Тема 3.2. Основные понятия рекламного менеджмента.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	26	Вопросы к экзамену, Тестирование, Устный опрос

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

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

основная

1. Инновационный маркетинг : учебник / С. В. Карпова, С. П. Азарова, А. А. Арский [и др.]. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 474 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/535965> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-13282-3 : 1869.00. / .— ISBN 0_529236
2. Калюжнова Надежда Яковлевна. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н.Я. Калюжнова, Ю.Е. Кошурникова ; Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 170 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/515137> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-08407-8 : 609.00. / .— ISBN 0_495038

дополнительная

1. Перцовский Н.И. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов : толковый словарь / Н.И. Перцовский ; Перцовский Н.И. - Москва : Дашков и К, 2016. - 140 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026720.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-394-02672-0. / .— ISBN 0_242591
2. Вишнякова Ю. А. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы : учебное пособие / Ю. А. Вишнякова. - Москва : Юрайт, 2024. - 140 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/543174> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-12509-2 : 469.00. / .— ISBN 0_523506

учебно-методическая

1. Смолькин В. П. Социальный маркетинг : учебно-методическое пособие по организации и проведению практических занятий и самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.04.02. «Социальная работа» (уровень магистратура) / В. П. Смолькин ; УлГУ, ФГНиСТ. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 275 Кб). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_38346.

б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"
- Офисный пакет "Мой офис"

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 :

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

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. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

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

1.7. 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.

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

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

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 с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик	Доцент Кандидат экономических наук, Доцент	Смолькин Валерий Петрович
	Должность, ученая степень, звание	ФИО