

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	<b>Социальный маркетинг</b>
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

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий выпускающей кафедрой педагогики профессионального образования и социальной деятельности
 Подпись
/ Львова Е.Н./ расшифровка подписи
"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**

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

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><b>знать:</b> основные динамические процессы в группе; - виды команд, стадии командообразования; принципы, лежащие в основе методов формирования команды; - современные методы работы в коллективе.</p> <p><b>уметь:</b> 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><b>владеть:</b> 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><b>знать:</b> 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><b>уметь:</b> 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><b>владеть:</b>            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
<b>Раздел 1. Раздел 1. Теоретические основы маркетинга</b>							
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
<b>Раздел 2. Раздел 2. Ценообразование.</b>							

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
<b>Раздел 3. Раздел 3. Рекламная деятельность.</b>							
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
<b>Итого подлежит изучению</b>	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.)
<b>Раздел 1. Раздел 1. Теоретические основы маркетинга</b>			
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
<b>Раздел 2. Раздел 2. Ценообразование.</b>			
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
<b>Раздел 3. Раздел 3. Рекламная деятельность.</b>			
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