

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>Создание и продвижение туристского бренда</b>
Факультет	Факультет гуманитарных наук и социальных технологий
Кафедра	Кафедра педагогики профессионального образования и социальной деятельности
Курс	4 - очная форма обучения

Направление (специальность): 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль/специализация): Организация услуг на предприятиях индустрии туризма

Форма обучения: очная

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
Львова Елена Николаевна	Кафедра педагогики профессионального образования и социальной деятельности	Заведующий кафедрой, Кандидат педагогических наук, Доцент

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий выпускающей кафедрой педагогике 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 способности организовывать планирование и проведение мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании

### **Задачи освоения дисциплины:**

- усвоить основные теоретические положения, базовые понятия и термины курса;
- выявлять и проводить анализ факторов, влияющих на формирование и развитие туристского продукта;
- проводить анализ программ развития туризма в регионе;
- уметь давать оценку влияния брендинга на конкурентоспособность региона, уметь разработать туристский бренд на примере г.Ульяновска и Ульяновской области, владеть навыками разработки концепции бренда и создания и реализации брендовой стратегии на примере г.Ульяновска и Ульяновской области.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина «Создание и продвижение туристского бренда» относится к числу дисциплин блока Б1.В.1, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 43.03.02 Туризм.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: УК-2, ПК-2.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Основы предпринимательского права, Туристско-рекреационное проектирование, Преддипломная практика, Организация транспортных услуг в туризме, Нормативно-правовое регулирование профессиональной деятельности в сфере туризма, Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Классификация объектов туристской индустрии, Основы проектного управления, Проектная деятельность, Туристские формальности, Нормативные правовые акты в сфере туризма, Социальное предпринимательство, Комплексный практикум в сфере туризма, Инновации в туризме, Страхование и безопасность в туризме, Организация туристской деятельности, Краеведение, Связи с общественностью, Туристское страноведение, Культурно-исторические центры России, Сервисная практика, География туризма и рекреационная география, Организация рекламной компании в сфере туризма.

## **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-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p><b>знать:</b> - основные теоретические положения, базовые понятия и термины курса;</p> <p><b>уметь:</b> проводить анализ программ развития туризма в регионе; - давать оценку влияния брендинга на конкурентоспособность региона, уметь разработать туристский бренд на примере г.Ульяновска и Ульяновской области, владеть навыками разработки концепции бренда и создания и реализации брендовой стратегии на примере г.Ульяновска и Ульяновской области. ИД-2ук2 Уметь проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты.</p> <p><b>владеть:</b> владеть навыками разработки концепции бренда. создания и реализации брендовой стратегии на примере г.Ульяновска и Ульяновской области. ИД-2.1ук2 навыками использования нормативно-правовой документации в сфере профессиональной деятельности</p>
<p>ПК-2 Способен к формированию туристских услуг и туристских продуктов в соответствии с требованиями потребителей</p>	<p><b>знать:</b> основные теоретические положения, базовые понятия и термины курса ИД–1ПК2 самостоятельно формировать различные туристские услуги и туристские продукты с учетом индивидуальных и специальных требований потребителей</p> <p><b>уметь:</b> выявлять и проводить анализ факторов, влияющих на формирование и развитие туристского продукта ИД–2ПК2 подбирать поставщиков услуг исходя из нужд и потребностей потребителей</p> <p><b>владеть:</b> навыками формирования концепции и эффективной стратегии развития туристско-рекреационной системы региона ИД–3 ПК2 организовывать продажу и продвижение туристского продукта и отдельных туристских услуг.</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): 72 часа

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u> )	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		7
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	36	36
Аудиторные занятия:	36	36
Лекции	18	18
Семинары и практические занятия	18	18
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	36	36
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Устный опрос, Проверка решения задачи (выполнения задания), Тестирование	Устный опрос, Проверка решения задачи (выполнения задания), Тестирование
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачёт	Зачёт
Всего часов по дисциплине	72	72

#### 4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

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. Создание туристского бренда</b>							
Тема 1.1. Сущность, функции и классификация брендов	12	3	3	0	2	6	Тестирование, Устный опрос, Проверка решения задачи (выполнени

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
							я задания)
Тема 1.2. Правовая охрана брендов	12	3	3	0	2	6	Тестирование, Устный опрос, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.3. Марочный капитал и его активы	12	3	3	0	2	6	Тестирование, Устный опрос, Проверка решения задачи (выполнения задания)
<b>Раздел 2. Продвижение туристского бренда</b>							
Тема 2.1. Управление брендингом: планирование, организация и оценка эффективности	12	3	3	0	2	6	Тестирование, Устный опрос, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.2. Брендинг туристских территорий	12	3	3	0	2	6	Тестирование, Устный опрос, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.3. Бренд-стратегии туристской	12	3	3	0	2	6	Тестирование, Устный опрос,

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
компания							Проверка решения задачи (выполнения задания)
<b>Итого подлежит изучению</b>	72	18	18	0	12	36	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Раздел 1. Создание туристского бренда

#### Тема 1.1. Сущность, функции и классификация брендов

Многоаспектный подход к понятию «бренд». Содержание понятия «бренд». Анализ добавленной ценности бренда. Бренд во временной перспективе: эволюционирующая сущность бренда. Классификация брендов на основе их принадлежности и контроля над ними: бренд производителя, совместный бренд и частная торговая марка (private label).

#### Тема 1.2. Правовая охрана брендов

Товарный знак в системе правовых режимов защиты бренда. Регистрация товарных знаков в Российской Федерации. Виды товарных знаков: правовой и маркетинговый аспекты. Способы передачи права на товарные знаки. Проблема фальсификации и имитации брендов. Превентивные меры защиты брендов.

#### Тема 1.3. Марочный капитал и его активы

Концепции марочного капитала. Осведомленность о бренде.. Воспринимаемое качество бренда. Лояльность бренд. Ассоциации с брендом.

### Раздел 2. Продвижение туристского бренда

#### Тема 2.1. Управление брендингом: планирование, организация и оценка эффективности

Управление брендингом. Внешний и внутренний брендинг. Стратегический анализ бренда. Выбор аспектов идентичности бренда. Позиционирование бренда. Реализация идентичности бренда: формулирование содержания бренда и организационное управление брендингом. Контроль и оценка эффективности мероприятий брендинга

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

## **Тема 2.2. Брендинг туристских территорий**

Символический капитал территории: понятие, объективные факторы существования. Типология брендов территорий. Идея, ценности, дизайн бренда туристских территорий. Субъектно-ориентированная модель бренда дестинации. Брендинг как продукт и технология развития привлекательности территорий. Внутренний и внешний рынок бренда территории Затраты и мультипликация эффектов успешного туристского бренда. Риски туристского брендинга. Успешные брендовые проекты мира и России в индустрии туризма Разработка концепции бренда. Создание и реализация брендовой стратегии. Формирование отношения потребителей к туристической дестинации. Коммуникационные стратегии дестинации на целевых рынках.

## **Тема 2.3. Бренд-стратегии туристской компании**

Бренд-стратегии. Матрица Э. Таубера. Стратегии линейного расширения бренда: горизонтальное и вертикальное растягивание бренда. Стратегии расширения границ бренда: категориальное расширение и совместный брендинг. Мультимарочная стратегия и стратегия диверсификации брендов. Анализ эффекта марочного «каннибализма»

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **Раздел 1. Создание туристского бренда**

#### **Тема 1.1. Сущность, функции и классификация брендов**

Вопросы к теме:

Очная форма

1. Многоаспектный подход к понятию «бренд».
2. Содержание понятия «бренд». Анализ добавленной ценности бренда.
3. Бренд во временной перспективе: эволюционирующая сущность бренда
4. Классификация брендов на основе их принадлежности и контроля над ними: бренд производителя, совместный бренд и частная торговая марка (private label).

#### **Тема 1.2. Правовая охрана брендов**

Вопросы к теме:

Очная форма

1. Товарный знак в системе правовых режимов защиты бренда.
2. Регистрация товарных знаков в Российской Федерации.
3. Виды товарных знаков: правовой и маркетинговый аспекты.
4. Способы передачи права на товарные знаки.

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

5. Проблема фальсификации и имитации брендов.
6. Превентивные меры защиты брендов.

### **Тема 1.3. Марочный капитал и его активы**

Вопросы к теме:

Очная форма

1. Концепции марочного капитала.
2. Осведомленность о бренде..
3. Воспринимаемое качество бренда.
4. Лояльность бренд.
5. Ассоциации с брендом.

## **Раздел 2. Продвижение туристского бренда**

### **Тема 2.1. Управление брендингом: планирование, организация и оценка эффективности**

Вопросы к теме:

Очная форма

1. Управление брендингом.
2. Внешний и внутренний брендинг.
3. Стратегический анализ бренда.
4. Выбор аспектов идентичности бренда.
5. Позиционирование бренда.
6. Реализация идентичности бренда: формулирование содержания бренда и организационное управление брендингом.
7. Контроль и оценка эффективности мероприятий брендинга

### **Тема 2.2. Брендинг туристских территорий**

Вопросы к теме:

Очная форма

1. Символический капитал территории: понятие, объективные факторы существования.
2. Типология брендов территорий. Идея, ценности, дизайн бренда туристских территорий.
3. Субъектно-ориентированная модель бренда дестинации.
4. Брендинг как продукт и технология развития привлекательности территорий.
5. Внутренний и внешний рынок бренда территории Затраты и мультипликация эффектов

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

успешного туристского бренда. Риски туристского брендинга.

6. Успешные брендовые проекты мира и России в индустрии туризма
7. Разработка концепции бренда.
8. Создание и реализация брендовой стратегии.
9. Формирование отношения потребителей к туристической дестинации.
10. Коммуникационные стратегии дестинации на целевых рынках.

### **Тема 2.3. Бренд-стратегии туристской компании**

Вопросы к теме:

Очная форма

1. Бренд-стратегии. Матрица Э. Таубера.
2. Стратегии линейного расширения бренда: горизонтальное и вертикальное растягивание бренда.
3. Стратегии расширения границ бренда: категориальное расширение и совместный брендинг.
4. Мультимарочная стратегия и стратегия диверсификации брендов.
5. Анализ эффекта марочного «каннибализма»

### **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. Многоаспектный подход к понятию «бренд». Содержание понятия «бренд».
2. Анализ добавленной ценности бренда.
3. Бренд во временной перспективе: эволюционирующая сущность бренда
4. Классификация брендов на основе их принадлежности и контроля над ними: бренд производителя, совместный бренд и частная торговая марка (private label).
5. Товарный знак в системе правовых режимов защиты бренда.
6. Регистрация товарных знаков в Российской Федерации.
7. Виды товарных знаков: правовой и маркетинговый аспекты.

8. Способы передачи права на товарные знаки.
9. Проблема фальсификации и имитации брендов.
10. Концепции марочного капитала.
11. Воспринимаемое качество бренда.
12. Лояльность бренд. Ассоциации с брендом.
13. Управление брендингом. Внешний и внутренний брендинг.
14. Стратегический анализ бренда.
15. Выбор аспектов идентичности бренда.
16. Позиционирование бренда
17. Реализация идентичности бренда: формулирование содержания бренда и организационное управление брендингом.
18. Контроль и оценка эффективности мероприятий брендинга
19. Символический капитал территории: понятие, объективные факторы существования. Типология брендов территорий.
20. Идея, ценности, дизайн бренда туристских территорий.
21. Субъектно-ориентированная модель бренда дестинации.
22. Брендинг как продукт и технология развития привлекательности территорий.
23. Внутренний и внешний рынок бренда территории
24. Затраты и мультипликация эффектов успешного туристского бренда.
25. Риски туристского брендинга.
26. Успешные брендовые проекты мира и России в индустрии туризма
27. Разработка концепции тур. бренда.
28. Создание и реализация тур.брендовой стратегии.
29. Формирование отношения потребителей к туристической дестинации.

30. Коммуникационные стратегии дестинации на целевых рынках.

31. Бренд-стратегии туристской компании.

## 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.).*

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

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.)
<b>Раздел 1. Создание туристского бренда</b>			
Тема 1.1. Сущность, функции и классификация брендов	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование, Устный опрос
Тема 1.2. Правовая охрана брендов	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование, Устный опрос
Тема 1.3. Марочный капитал и его активы	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование, Устный опрос
<b>Раздел 2. Продвижение туристского бренда</b>			
Тема 2.1. Управление брендингом: планирование, организация и оценка эффективности	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование, Устный опрос

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.)
Тема 2.2. Брендинг туристских территорий	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование, Устный опрос
Тема 2.3. Бренд-стратегии туристской компании	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование, Устный опрос

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### основная

1. Королева О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. - Москва : Юрайт, 2024. - 273 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/544706> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-15348-4 : 1149.00. / .— ISBN 0\_530525

2. Гировка, Н. Н. Туристское дело в России. Фирменный стиль и бренд : учебное пособие / Н. Н. Гировка, Е. С. Крашенинникова, С. В. Норенков ; Н. Н. Гировка, Е. С. Крашенинникова, С. В. Норенков. - Нижний Новгород : Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. - 206 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/80844.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-528-00176-0. / .— ISBN 0\_146427

#### дополнительная

1. Соколова, Н. Г. Исследование и совершенствование методики формирования бренда города : монография / Н. Г. Соколова, Л. С. Опалева ; Н. Г. Соколова, Л. С. Опалева. - Саарбрюккен : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. - 101 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/54499.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-3-659-16198-8. / .— ISBN 0\_134260

2. Побединская, Е. А. Технологии брендинга территории : курс лекций / Е. А. Побединская, П. И. Срыбная ; Е. А. Побединская, П. И. Срыбная. - Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный

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

университет, 2018. - 98 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/92765.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 2227-8397. / .— ISBN 0\_152835

3. Шарп И. Философия гостеприимства Four Seasons: Качество, сервис, культура и бренд : монография / И. Шарп ; Шарп И. - Москва : Альпина Паблишер, 2012. - 366 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961416886.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9614-1688-6. / .— ISBN 0\_238781

4. Домнин Владимир Николаевич. Брендинг : Учебник и практикум для вузов / В.Н. Домнин. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2021. - 493 с. - (Высшее образование). - <https://urait.ru/bcode/469384>. - <https://urait.ru/book/cover/95FB08FB-A19D-411E-93AC-2E1538145FD8>. - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-13539-8 : 1379.00. / .— ISBN 0\_289997

### **учебно-методическая**

1. Львова Е. Н. Создание и продвижение туристского бренда : учебно-методическое пособие по организации и проведению семинарских занятий и самостоятельной работы студентов по дисциплине для подготовки бакалавров по направлению "Туризм" / Е. Н. Львова ; УлГУ, ФГНиСТ. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_36412.

### **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 : 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

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

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.

## 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

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

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	Заведующий кафедрой Кандидат педагогических наук, Доцент	Львова Елена Николаевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО