

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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Создание и продвижение туристского бренда
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

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой педагогике 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 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>знать: - основные теоретические положения, базовые понятия и термины курса;</p> <p>уметь: 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>владеть: 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>знать: 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>уметь: 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>владеть: 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
Раздел 1. Создание туристского бренда							
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)
Раздел 2. Продвижение туристского бренда							
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)
Итого подлежит изучению	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.

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

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.)
Раздел 1. Создание туристского бренда			
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
Раздел 2. Продвижение туристского бренда			
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