

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



УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета
факультета культуры и искусства
от «20» мая 2024 г., протокол №12/272

Председатель

С.С. /Н.С. Сафронов/

Зав.кафедрой дизайна и
интерьера (подпись)
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 218/08 от 29.01.2024г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Профессиональный электив. Исследования и разработка СХ-стратегии продвижения
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3 - очная форма обучения; 3 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: заочная, 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
Кремнева Наталья Юрьевна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат социологических наук

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

- развитие теоретических знаний концепции клиентского опыта, практических навыков и компетенций, необходимых для эффективного управления клиентским опытом

Задачи освоения дисциплины:

- приобретение знаний о CX-концепции
- получение необходимых знаний и навыков по проведению CX-исследований
- овладение практическими навыками разработки CX-стратегии на основе результатов исследований

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Профессиональный электив. Исследования и разработка CX-стратегии продвижения» относится к числу дисциплин блока Б1.В, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ПК-7.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Преддипломная практика, Профессиональный электив. UX-исследования и управление пользовательским опытом, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

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
ПК-7 Способен осуществлять исследования в цифровой среде и использовать их результаты для решения коммуникационных задач	<p>знать: основы проведения и организации CX-исследований, способы получения и анализа исследовательской информации</p> <p>уметь: использовать методики и техники проведения опросов потребителей в рыночных исследованиях</p> <p>владеть: навыками разработки программы и инструментария CX-исследования</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

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

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 3 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 108 часов

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	10	10
Аудиторные занятия:	10	10
Лекции	-	-
Семинары и практические занятия	10	10
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	94	94
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет (4)	Зачет
Всего часов по дисциплине	108	108

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	32	32
Аудиторные занятия:	32	32
Лекции	16	16
Семинары и практические занятия	16	16
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	76	76

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачёт	Зачёт
Всего часов по дисциплине	108	108

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. Основы изучения и управления клиентским опытом							
Тема 1.1. Основы управления клиентским опытом	33	0	3	0	0	30	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.2. Методы и инструменты CX-исследований	33	0	3	0	0	30	Тестирование
Тема 1.3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе CX-исследований	38	0	4	0	0	34	

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	
ий								
Итого подлежит изучению	104	0	10	0	0	94		

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. Основы изучения и управления клиентским опытом							
Тема 1.1. Основы управления клиентским опытом	35	4	6	0	0	25	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.2. Методы и инструменты CX-исследований	37	6	6	0	0	25	Тестирование
Тема 1.3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе CX-исследований	36	6	4	0	0	26	
Итого подлежит изучению	108	16	16	0	0	76	

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

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Основы изучения и управления клиентским опытом

Тема 1.1. Основы управления клиентским опытом

Понятие и ценность клиентского опыта. CX и UX: различие понятий. Принципы клиентоориентированного дизайна компании и маркетинга. Омниканальный опыт. Определение и сегментация клиентов. Классическое и ситуационное сегментирование. Поведенческая экономика. Концепции рационального и иррационального выбора. Факторы клиентского опыта. Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности. Атрибуты и аргументы. Картирование опыта. Аналитическая модель CJM.

Тема 1.2. Методы и инструменты CX-исследований

Количественные и качественные исследования. Дизайн исследования. Проведение, рекрутинг. Методы CX-исследований. Глубинные интервью. Usability-тестирование. Измерение лояльности и удовлетворенности. Метрики клиентского опыта: NPS, CSI, CLTV и др. Метрики удержания и вовлеченности. Инструменты сбора информации от клиентов. Фокус-группы. Онлайн- и офлайн-опросы. Текстовая аналитика: отзывы, форумы, комментарии и прямые обращения к бренду. Платформы для сбора данных из социальных сетей. Работа на платформах для CX-исследований: Fastuna, Oproso, Fabuza. Анализ результатов исследований. Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.

Тема 1.3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе CX-исследований

Эволюция клиентского опыта в современных условиях развития digital-технологий: социальные сети, сообщества и пользовательский контент. Сервисные и продуктовые коммуникации. Чат-боты, голосовые помощники. Важность мобильного клиента. Принципы создания эффективного диалога с клиентом. Сервисные коммуникации личные и по телефону, геймификация.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1.1. Основы управления клиентским опытом

Вопросы к теме:

Очная форма


Понятие и ценность клиентского опыта. CX и UX: различие понятий.

Омниканальный опыт.

Определение и сегментация клиентов. Классическое и ситуационное сегментирование.

Поведенческая экономика. Концепции рационального и иррационального выбора. Факторы клиентского опыта.

Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности. Атрибуты и аргументы.

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

Картирование опыта. Аналитическая модель CJM.

Заочная форма

Понятие и ценность клиентского опыта. CX и UX: различие понятий.

Оmnikanальный опыт.

Определение и сегментация клиентов. Классическое и ситуационное сегментирование.

Поведенческая экономика. Концепции рационального и иррационального выбора. Факторы клиентского опыта.

Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности. Атрибуты и аргументы.

Картирование опыта. Аналитическая модель CJM.

Тема 2.2. Методы и инструменты CX-исследований

Вопросы к теме:

Очная форма

Количественные и качественные исследования.

Дизайн исследования. Проведение, рекрутинг.

Методы CX-исследований. Глубинные интервью. Фокус-группы. Онлайн- и офлайн-опросы.

Измерение лояльности и удовлетворенности.

Метрики клиентского опыта: NPS, CSI, CLTV и др.

Метрики удержания и вовлеченности.

Текстовая аналитика: отзывы, форумы, комментарии и прямые обращения к бренду.

Анализ результатов исследований.

Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.

Заочная форма

Количественные и качественные исследования.

Дизайн исследования. Проведение, рекрутинг.

Методы CX-исследований. Глубинные интервью. Фокус-группы. Онлайн- и офлайн-опросы.

Измерение лояльности и удовлетворенности.

Метрики клиентского опыта: NPS, CSI, CLTV и др.

Метрики удержания и вовлеченности.

Текстовая аналитика: отзывы, форумы, комментарии и прямые обращения к бренду.


Анализ результатов исследований.

Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.

Тема 3.3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе CX-исследований

Вопросы к теме:

Очная форма

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

Клиентский опыт в социальных сетях, сообществах, пользовательский контент.
Сервисные и продуктовые коммуникации.
Важность мобильного клиента.
Сервисные коммуникации личные и по телефону, геймификация.
Принципы создания эффективного диалога с клиентом.
Чат-боты, голосовые помощники.

Заочная форма

Клиентский опыт в социальных сетях, сообществах, пользовательский контент.
Сервисные и продуктовые коммуникации.
Важность мобильного клиента.
Сервисные коммуникации личные и по телефону, геймификация.
Принципы создания эффективного диалога с клиентом.
Чат-боты, голосовые помощники.

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. Понятие и ценность клиентского опыта. CX и UX: различие понятий.
2. Омниканальный опыт.
3. Определение и сегментация клиентов. Классическое и ситуационное сегментирование.
4. Поведенческая экономика. Факторы клиентского опыта.
5. Концепции рационального и иррационального выбора.
6. Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности. Атрибуты и аргументы.
7. Картирование опыта. Аналитическая модель CJM.
8. Принципы клиентоориентированного дизайна компании и маркетинга.

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

9. Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности.
10. Атрибуты и аргументы потребительской ценности.
11. Количественные и качественные исследования клиентского опыта.
12. Дизайн исследования. Проведение, рекрутинг.
13. Методы CX-исследований. Глубинные интервью.
14. Методы CX-исследований. Фокус-группы.
15. Методы CX-исследований. Онлайн- и офлайн-опросы.
16. Измерение лояльности и удовлетворенности.
17. Метрики клиентского опыта: NPS, CSI, CLTV и др.
18. Метрики удержания и вовлеченности.
19. Текстовая аналитика: отзывы, форумы, комментарии и прямые обращения к бренду.
20. Анализ результатов исследований.
21. Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.
22. Usability-тестирование.
23. Платформы для сбора данных из социальных сетей.
24. Работа на платформах для CX-исследований: Fastuna, Oprossio, Fabuza.
25. Клиентский опыт в социальных сетях, сообществах, пользовательский контент.
26. Сервисные и продуктовые коммуникации.
27. Важность мобильного клиента.
28. Сервисные коммуникации личные и по телефону, геймификация.
29. Принципы создания эффективного диалога с клиентом.
30. Чат-боты, голосовые помощники.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

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

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. Основы изучения и управления клиентским опытом			
Тема 1.1. Основы управления клиентским опытом	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	25	
Тема 1.2. Методы и инструменты СХ-исследований	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	25	Тестирование
Тема 1.3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе СХ-исследований	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	26	

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. Основы изучения и управления клиентским опытом			
Тема 1.1. Основы управления клиентским опытом	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	30	

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 1.2. Методы и инструменты СХ-исследований	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	30	Тестирование
Тема 1.3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе СХ-исследований	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	34	

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная


1. Карасев Александр Павлович. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А.П. Карасев ; А. П. Карасев. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 315 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/511401> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-05189-6 : 1249.00. / .— ISBN 0_495025

2. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / С.П. Азарова, С.В. Земляк, И.К. Захаренко [и др.] ; С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - Москва : Юрайт, 2023. - 307 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/531279> (дата обращения: 22.03.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-16552-4 : 989.00. / .— ISBN 0_502536

дополнительная

1. Дью Р. Клиентский опыт. Как вывести бизнес на новый уровень : монография / Р. Дью, С. Аллен ; Дью Р.; Аллен С. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 290 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961424041.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9614-2404-1. / .— ISBN 0_263292

2. Фейдер П. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху : монография / П. Фейдер, С. Томс ; Фейдер П.; Томс С. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 190 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961436907.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9614-3690-7. / .— ISBN 0_263316

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

3. Наумов Владимир Николаевич. Поведение потребителей : Учебник / В.Н. Наумов ; Санкт-Петербургский государственный экономический университет. - 2 ; перераб. и доп. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 345 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ВО - Бакалавриат. - Режим доступа: ЭБС Znanium; по подписке. - ISBN 978-5-16-015021-5. - ISBN 978-5-16-107516-6. / . — ISBN 0_478822

учебно-методическая

1. Кремнева Н. Ю. Исследования и разработка CX-стратегии продвижения : учебно-методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов для направления 42.03.01 «Реклама, связи с общественностью» всех форм обучения / Н. Ю. Кремнева. - 2022. - 13 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13424>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / . — ISBN 0_476058.

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 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 :

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

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 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

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

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 социологических наук	Кремнева Наталья Юрьевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО