

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	Продвижение услуг организаций социальной сферы
Факультет	Факультет гуманитарных наук и социальных технологий
Кафедра	Кафедра педагогики профессионального образования и социальной деятельности
Курс	3 - очная форма обучения

Направление (специальность): 39.03.02 Социальная работа

Направленность (профиль/специализация): Социальное обслуживание (сфера социальной защиты населения)

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
Смолькин Валерий Петрович	Кафедра педагогики профессионального образования и социальной деятельности	Доцент, Кандидат экономических наук, Доцент

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

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

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

Задачи освоения дисциплины:

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Продвижение услуг организаций социальной сферы» относится к числу дисциплин блока Б1.В.1.ДВ.05, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 39.03.02 Социальная работа.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: УК-9, ПК-4.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Преддипломная практика, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Технологическая практика, Современные финансовые инструменты социального предпринимательства, Учет и контроль в организациях социальной сферы, Социальное обеспечение в социальной работе, Управление стартапами в социальном предпринимательстве, Организационные основы пенсионного, социального и медицинского страхования, Социальная политика, Социальное консультирование граждан, попавших в трудную жизненную ситуацию, Организация социального обслуживания населения, Основные направления политики социальной защиты населения, Основы производства нематериальных услуг социальной работы, Социальное и медицинское страхование, Социальная защита различных категорий населения, Бюджетная система Российской Федерации, Планирование и анализ организаций социальной сферы, Социальная квалиметрия, оценка качества и стандартизация социальных услуг, Обучение служением.

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
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>знать: основные виды предпринимательской деятельности, приемы и способы маркетинг-микса, основы маркетинг-менеджмента, основные составляющие продукта, виды цен, основы рекламной деятельности; (ИД-1ук9 Знать базовые принципы функционирования экономики экономического развития, цели и формы участия государства в экономике)</p> <p>уметь: пользоваться инструментарием маркетинга, рассчитывать цену на товары, работы и услуги; определять основные составляющие социальной рекламы; (ИД-2ук9 Уметь применять методы экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансово-вых целей в различных областях жизнедеятельности)</p> <p>владеть: иметь опыт: основных обязанностей профессии специалиста по маркетингу, применения теоретических знаний дисциплины в практической деятельности</p>
ПК-4 Способен к организации оказания социально-экономических и социально-правовых услуг	<p>знать: основные понятия и виды экономического планирования и экономического анализа, содержание и задачи анализа хозяйственной деятельности, основные методы, приемы и способы экономического планирования и экономического анализа, информационное обеспечение планирования и анализа; конечные результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия.</p> <p>уметь: определять системы показателей, описывающих объект исследования по выделенному направлению, устанавливать соподчиненность показателей, устанавливать формы взаимосвязи между показателями, выбирать приемы и способы для изучения взаимосвязи. (ИД 1 Оказывает социально-экономические услуги)</p> <p>владеть: проведения оценки обоснованности бизнес-планов и нормативов в процессе их разработки, степени финансовых и операционных рисков, определять экономическую эффективность использования ресурсов предприятия, выявлять внутренние резервы увеличения выпуска и реализации продукции. (ИД 2 Применяет законодательные и другие нормативные правовые акты федерального и регионального уровней для предоставления социальных услуг, социального сопровождения, мер социальной поддержки)</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 2 ЗЕТ

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

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
		5
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)	Тестирование, Устный опрос	Тестирование, Устный опрос
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. Теоретические основы маркетинга							
Тема 1.1. Модель предпринимательства и стратегия	8	2	2	0	1	4	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
маркетинга							
Тема 1.2. Маркетинг взаимодействия – современная концепция маркетинга	8	2	2	0	1	4	Тестирование, Устный опрос
Тема 1.3. Комплекс маркетинга и маркетинг-менеджмент в системе предпринимательства	4	1	1	0	0	2	Тестирование, Устный опрос
Раздел 2. Стратегия продукта							
Тема 2.1. Концепция продукта	8	2	2	0	1	4	Тестирование, Устный опрос
Тема 2.2. Динамика продукта.	8	2	2	0	1	4	Тестирование, Устный опрос
Раздел 3. Ценообразование.							
Тема 3.1. Ценовая политика субъекта хозяйствования. Цели и порядок ценообразования.	8	2	2	0	1	4	Тестирование, Устный опрос
Тема 3.2. Виды цен. Система	8	2	2	0	1	4	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	
цен в рыночных условиях.								опрос
Раздел 4. Рекламная деятельность.								
Тема 4.1. Роль и значение рекламы в современном обществе.	8	2	2	0	1	4		Тестирование, Устный опрос
Тема 4.2. Разработка рекламного обращения. Проблемы рекламного творчества (креатив).	12	3	3	0	1	6		Тестирование, Устный опрос
Итого подлежит изучению	72	18	18	0	8	36		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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. Процесс маркетинга. Основные стадии процесса маркетинга. Основные принципы маркетинга. Ремаркетинг, синхромаркетинг, демаркетинг. Коммерческий и некоммерческий маркетинг.

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. Главное отличие функции маркетинга от других функций фирмы. Функция маркетинга включает следующие

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

подфункции. Стадии процесса принятия маркетингового решения. Правила сопоставимости альтернативных вариантов маркетингового решения .

Тема 1.3. Комплекс маркетинга и маркетинг-менеджмент в системе предпринимательства

Маркетинг-микс. Модель, поясняющая содержание современного маркетинга. Модель « 6 Р». Четыре субмикса маркетинг-микса. Маркетинг- менеджмент. Основные факторы, формирующие среду маркетинга-менеджмента. Этапы процесса решения проблем в маркетинг-менеджменте. Основные элементы концепции маркетинг-менеджмента. Направления управленческого воздействия в системе маркетинга-менеджмента. Направления маркетинговой политики управления фирмой.

Раздел 2. Стратегия продукта

Тема 2.1. Концепция продукта

Понятие продукта. Факторы , определяющие понимание продукта. Эволюция взгляда на продукт. Основные составляющие продукта. Функциональные свойства и качества. Марка и имидж продукта. Упаковка и этикетка. Гарантии.

Тема 2.2. Динамика продукта.

Жизненный цикл продукта. Фазы жизненного цикла. Стратегия создания нового продукта. Инноваторы и последователи. Подходы к созданию нового продукта. Этапы создания нового продукта. Стратегия конкуренции. Конкурентные силы. Подход к анализу конкурента. Анализ текущей стратегии. Составление профиля конкурента. Позиции фирмы в конкурентной среде. Анализ портфеля продукции.

Раздел 3. Ценообразование.

Тема 3.1. Ценовая политика субъекта хозяйствования. Цели и порядок ценообразования.

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

Тема 3.2. Виды цен. Система цен в рыночных условиях.

Три группы цен. Классификация цен по обслуживаемой сфере. Оптовая цена предприятия. Классификация цен в зависимости от территории действия. Основные ценовые стратегии предприятия. Преимущества и недостатки существующих стратегий.

Раздел 4. Рекламная деятельность.

Тема 4.1. Роль и значение рекламы в современном обществе.

Роль рекламы в современном обществе. Социальная роль рекламы. Значение овладения

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

рекламистами знаниями о роли рекламы. Схема основных подходов к понятию рекламы. Различные определения понятия рекламы. Новые профессии в рекламном бизнесе.

Тема 4.2. Разработка рекламного обращения. Проблемы рекламного творчества (креатив).

Определение рекламного обращения. Процесс разработки рекламных посланий. Этапы творческого рекламного процесса. Содержание рекламного обращения. Психология рекламы. Эффективное управление рекламной деятельностью. Сущность рекламного менеджмента. Субъекты и объекты рекламного менеджмента. Система рекламного менеджмента.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга

Тема 1.1. Модель предпринимательства и стратегия маркетинга.

Вопросы к теме:

Очная форма

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

Тема 1.2. Маркетинг взаимодействия – современная концепция маркетинга

Вопросы к теме:

Очная форма

- 1.Основные концепции маркетинга.
- 2.Эволюция концепции маркетинга.
3. Маркетинг взаимодействия .
- 4.Модель жизненного цикла взаимоотношений с покупателем (модель трех стадий).
 - 1.Отличие функции маркетинга от других функций фирмы.
 2. Стадии процесса принятия маркетингового решения.
 3. Правила сопоставимости альтернативных вариантов маркетингового решения

Тема 1.3. Комплекс маркетинга и маркетинг-менеджмент в системе предпринимательства

Вопросы к теме:

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

Очная форма

- 1.Маркетинг-микс.
2. Модель « 6 Р».
3. Четыре субмикса маркетинг-микса.
4. Маркетинг- менеджмент. Факторы, формирующие среду маркетинга-менеджмента.
- 5.Основные элементы концепции маркетинг-менеджмента.

Раздел 2. Стратегия продукта

Тема 2.1. Концепция продукта

Вопросы к теме:

Очная форма

- 1.Понятие продукта. Основные составляющие продукта.
- 2.Жизненный цикл продукта. Фазы жизненного цикла.

Тема 2.2. Динамика продукта.

Вопросы к теме:

Очная форма

1. Стратегия создания нового продукта. Инноваторы и последователи.
2. Этапы создания нового продукта.

Раздел 3. Ценообразование.

Тема 3.1. Ценовая политика субъекта хозяйствования. Цели и порядок ценообразования.

Вопросы к теме:

Очная форма

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

Тема 3.2. Виды цен. Система цен в рыночных условиях.

Вопросы к теме:

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

Очная форма

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

Раздел 4. Рекламная деятельность.

Тема 4.1. Роль и значение рекламы в современном обществе.

Вопросы к теме:

Очная форма

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

Тема 4.2. Разработка рекламного обращения. Проблемы рекламного творчества (креатив).

Вопросы к теме:

Очная 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 ЗАЧЕТУ

1. Сферы предпринимательства.

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

2. Современная характеристика предпринимательской деятельности.
3. Типология предпринимательской деятельности.
4. Основные цели предпринимательской деятельности.
5. Основные направления сотрудничества в сфере предпринимательства.
6. Основные концепции маркетинга.
7. Эволюция концепции маркетинга.
8. Основная идея маркетинга взаимодействия.
9. Маркетинг- менеджмент.
10. Основные факторы, формирующие среду маркетинга-менеджмента.
11. Этапы процесса решения проблем в маркетинг-менеджменте.
12. Основные элементы концепции маркетинг-менеджмента.
13. Понятие продукта. Факторы , определяющие понимание продукта. Эволюция взгляда на продукт.
14. Жизненный цикл продукта. Фазы жизненного цикла. Стратегия создания нового продукта.
15. Определение цены. Последовательность ценообразования. Процесс ценообразования. Тактика ценообразования.
16. Три группы цен. Классификация цен по обслуживаемой сфере.
17. Роль рекламы в современном обществе. Социальная роль рекламы
18. Определение рекламного обращения. Процесс разработки рекламных посланий.

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 (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга			
Тема 1.1. Модель предпринимательства и стратегия маркетинга.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование, Устный опрос
Тема 1.2. Маркетинг взаимодействия – современная концепция маркетинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование, Устный опрос
Тема 1.3. Комплекс маркетинга и маркетинг-менеджмент в системе предпринимательства	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	2	Тестирование, Устный опрос
Раздел 2. Стратегия продукта			
Тема 2.1. Концепция продукта	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование, Устный опрос
Тема 2.2. Динамика продукта.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование, Устный опрос
Раздел 3. Ценообразование.			
Тема 3.1. Ценовая политика субъекта хозяйствования. Цели и порядок ценообразования.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование, Устный опрос
Тема 3.2. Виды цен. Система цен в рыночных условиях.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование, Устный опрос

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

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 4. Рекламная деятельность.			
Тема 4.1. Роль и значение рекламы в современном обществе.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование, Устный опрос
Тема 4.2. Разработка рекламного обращения. Проблемы рекламного творчества (креатив).	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. 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> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-08407-8 : 609.00. / .— ISBN 0_495038

2. Карпова Светлана Васильевна. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С.В. Карпова ; С. В. Карпова. - Москва : Юрайт, 2023. - 408 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/530925> (дата обращения: 22.03.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-16289-9 : 1259.00. / .— ISBN 0_502356

дополнительная

1. Загорская, Л. М. Маркетинг услуг : учебное пособие / Л. М. Загорская, В. А. Назаркина ; Л. М. Загорская, В. А. Назаркина. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. - 130 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 05.02.2025 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/91228.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-7782-3207-5. / .— ISBN 0_151562

2. Луговая, О. М. Проектирование и прогнозирование пакета социальных услуг : практикум / О. М.

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

Луговая, И. В. Черникова ; О. М. Луговая, И. В. Черникова. - Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. - 152 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/92585.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 2227-8397. / .— ISBN 0_152665

3. Нинштиль, Е. Ю. Организация и технология производства услуг : учебное пособие / Е. Ю. Нинштиль, О. А. Кислицына, Т. И. Заяц ; Е. Ю. Нинштиль, О. А. Кислицына, Т. И. Заяц. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. - 98 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 05.02.2025 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/91288.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-7782-3503-8. / .— ISBN 0_151622

учебно-методическая

1. Смолькин В. П. Продвижение услуг организаций социальной сферы : учебно-методическое пособие по организации и проведению практических занятий и самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.02. «Социальная работа» (уровень бакалавриат) / В. П. Смолькин ; УлГУ, ФГНиСТ. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 234 Кб). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_38348.

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.

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

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 информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

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

- 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