

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»
Калининградский филиал

Кафедра Экономики и управления в АПК



УТВЕРЖДЕНО

Заместителя директора по учебной и
научно-педагогической работе

С.А. Носкова

«25» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинг

основной профессиональной образовательной программы -
образовательной программы высшего образования

Уровень профессионального образования
высшее образование - бакалавриат

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) образовательной программы
Менеджмент в агробизнесе

Форма обучения
Очно-заочная

Год приема
2024

Полесск
2024

Председатель учебно-методического совета


(подпись)

Носкова С.А.

Заведующий выпускающей кафедры


(подпись)

Носкова С.А.

Разработчик, доцент


(подпись)

Завойских Ю.А.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий библиотекой


(подпись)

Волкова С.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Результаты обучения по дисциплине (модулю)	4
2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы	5
3 Структура и содержание дисциплины (модуля)	5
4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	12
4.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	12
4.2 Учебное обеспечение дисциплины (модуля)	12
4.3 Методическое обеспечение дисциплины (модуля)	14
4.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	14
5 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	14
6 Особенности реализации дисциплины в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	17

1 Результаты обучения по дисциплине (модулю)

Результаты обучения по дисциплине «Маркетинг» представлены в таблице 1.

Таблица 1. Результаты обучения по дисциплине

№ п/п	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения
1	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.4. Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создает рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде	З-ИУК-3.4 Знает способы организации и руководства работой команды, разработки командной стратегии для достижения поставленной цели.
			У-ИУК-3.4 Умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.
			В-ИУК-3.4 Владеет способностью организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.
2	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	З-ИУК-10.1 Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
			У-ИУК-10.1 Умеет применять базовые принципы функционирования экономики и экономического развития
			В-ИУК-10.1 Владеет: навыком применения в профессиональной деятельности базовых принципов функционирования экономики и экономического развития.
3	ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ИОПК-3.2 Разрабатывать с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники мероприятия по управлению производством, обеспечения эффективности производства и повышения качества	З-ИОПК-3.2 Знает основные методы разработки с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники мероприятий по управлению производством, обеспечения эффективности производства и повышения качества продукции
			У-ИОПК-3.2 Умеет использовать основные методы разработки с учетом требований рыночной конъюнктуры и

№ п/п	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения
		продукции	современных достижений науки и техники мероприятий по управлению производством, обеспечения эффективности производства и повышения качества продукции
			В-ИОПК-3.2 Владеет навыками использования основных методов разработки с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники мероприятий по управлению производством, обеспечения эффективности производства и повышения качества продукции

2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) «*Маркетинг*» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

3 Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) «*Маркетинг*» составляет 6 зачетных единиц / 216 часов (таблица 2).

Содержание дисциплины (модуля) «*Маркетинг*» представлено в таблицах 3-6.

Таблица 2. Структура дисциплины (модуля)

ОЧНО-ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость		
	час. всего/*	В т.ч. по семестрам	
		№	№
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	216	216	
1. Контактная работа:	26	26	
Аудиторная работа	26	26	
<i>лекции (Л)</i>	12	12	
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	14	14	
<i>лабораторные работы (ЛР)</i>			
<i>курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)</i>			
<i>консультации перед экзаменом</i>			
2. Самостоятельная работа (СРС)	172	172	
<i>реферат/эссе (подготовка)</i>			
<i>курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)</i>			
<i>контрольная работа</i>			
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	172	172	
<i>Подготовка к экзамену (контроль)</i>	18	18	
<i>Подготовка к зачёту/ зачёту с оценкой (контроль)</i>			
Вид промежуточного контроля:			
Промежуточный контроль		экзамен	

Таблица 3. Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Название раздела дисциплины (модуля)	Форма образовательной деятельности		Количество часов	
				очная форма обучения	очно- заочная форма обучения
1	2	4		5	7
1	Сущность, задачи и функции маркетинга	занятия лекционного типа	всего		1
		занятия практического типа	всего		1
		самостоятельная работа обучающихся			21
2	Маркетинговая среда	занятия лекционного типа	всего		1
		занятия практического типа	всего		2
		самостоятельная работа обучающихся			22
3	Управление маркетингом	занятия лекционного типа	всего		1
		занятия практического типа	всего		1
		самостоятельная работа обучающихся			21
4	Маркетинговые исследования	занятия лекционного типа	всего		2
		занятия практического типа	всего		2
		самостоятельная работа обучающихся			22
5	Покупательское поведение на потребительском рынке	занятия лекционного типа	всего		1
		занятия практического типа	всего		2
		самостоятельная работа обучающихся			21
6	Товарная политика	занятия лекционного типа	всего		2
		занятия практического типа	всего		2
		самостоятельная работа обучающихся			22
7	Ценовая политика	занятия лекционного типа	всего		2
		занятия практического типа	всего		2
		самостоятельная работа обучающихся			21
8	Товародвижение и его стимулирование	занятия лекционного типа	всего		2
		занятия практического типа	всего		2
		самостоятельная работа обучающихся			22
Итого					216

Таблица 4. Содержание занятий лекционного типа

№ п/п	Название раздела дисциплины (модуля)	Содержание занятий лекционного типа	Код результата обучения	Количество часов	
				очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
1	2	4		5	6
1	Сущность, задачи и функции маркетинга	Понятие маркетинга и история его возникновения	УК-3		1
		Цели, задачи, принципы и функции маркетинга	УК-10		
2	Маркетинговая среда	Определение маркетинговой среды организации	УК-3		1
		Факторы микросреды организации	УК-10		
		Основные факторы макросреды организации	ОПК-3		
3	Управление маркетингом	Процесс управления маркетингом	УК-3		1
		Организация службы маркетинга на предприятии	УК-10 ОПК-3		
4	Маркетинговые исследования	Сущность маркетинговой информационной системы	УК-3		2
		Сущность и основные этапы проведения маркетинговых исследований	УК-10 ОПК-3		
5	Покупательское поведение на потребительском рынке	Факторы, определяющие поведение потребителей	УК-3		1
		Роль маркетинга взаимоотношений в формировании покупательского поведения	УК-10 ОПК-3		
6	Товарная политика	Понятие товара и товарной политики. Классификация товаров	УК-3		2
		Ассортиментная политика. Матрица БКГ	УК-10 ОПК-3		
7	Ценовая политика	Цена товара и методы ее формирования	УК-3		2
		Ценовая стратегия предприятия	УК-10 ОПК-3		
8	Товародвижение и его стимулирование	Организация товародвижения	УК-3		2
		Сбытовые маркетинговые системы	УК-10 ОПК-3		
Итого					12

Таблица 5. Содержание и формы занятий семинарского типа

№ п/п	Название раздела дисциплины (модуля)	Формы и содержание занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	Код результата обучения	Количество часов, в том числе в форме практической подготовки	
				очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
1	2	4		5	6
1	Сущность, задачи и функции маркетинга	Практическое занятие: Понятие маркетинга и история его возникновения	УК-3 УК-10		1
		Практическое занятие: Цели, задачи, принципы и функции маркетинга			
2	Маркетинговая среда	Практическое занятие: Определение маркетинговой среды организации	УК-3 УК-10 ОПК-3		2
		Практическое занятие: Факторы микросреды организации			
		Практическое занятие: Основные факторы макросреды организации			
3	Управление маркетингом	Практическое занятие: Процесс управления маркетингом	УК-3 УК-10 ОПК-3		1
		Практическое занятие: Организация службы маркетинга на предприятии			
4	Маркетинговые исследования	Практическое занятие: Сущность маркетинговой информационной системы	УК-3 УК-10 ОПК-3		2
		Сущность и основные этапы проведения Практическое занятие: маркетинговых исследований			
5	Покупательское поведение на потребительском рынке	Практическое занятие: Факторы, определяющие поведение потребителей	УК-3 УК-10 ОПК-3		2
		Практическое занятие: Роль маркетинга взаимоотношений в формировании покупательского поведения			
6	Товарная политика	Практическое занятие: Понятие товара и товарной политики. Классификация товаров	УК-3 УК-10 ОПК-3		2
		Практическое занятие: Ассортиментная политика. Матрица БКТ			
7	Ценовая политика	Практическое занятие: Цена товара и методы ее формирования	УК-3 УК-10 ОПК-3		2
		Практическое занятие: Ценовая стратегия предприятия			
8	Товародвижение и его стимулирование	Практическое занятие: Организация товародвижения	УК-3 УК-10 ОПК-3		2
		Практическое занятие: Сбытовые маркетинговые системы			
Итого					14

Таблица 6. Содержание и формы самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Название раздела дисциплины (модуля)	Формы и содержание самостоятельной работы обучающихся	Код результата обучения	Количество часов	
				очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
1	2	4		5	6
1	Сущность, задачи и функции маркетинга	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Понятие маркетинга и история его возникновения	УК-3 УК-10		21
		Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Цели, задачи, принципы и функции маркетинга			
2	Маркетинговая среда	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Определение маркетинговой среды организации	УК-3 УК-10 ОПК-3		22
		Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Факторы микросреды организации			
		Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Основные факторы макросреды организации			
3	Управление маркетингом	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Процесс управления маркетингом	УК-3 УК-10 ОПК-3		21
		Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Организация службы маркетинга на предприятии			
4	Маркетинговые исследования	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Сущность маркетинговой информационной системы	УК-3 УК-10 ОПК-3		22
		Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и			

		повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Сущность и основные этапы проведения маркетинговых исследований			
5	Покупательское поведение на потребительском рынке	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Факторы, определяющие поведение потребителей	УК-3 УК-10 ОПК-3		21
		Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Роль маркетинга взаимоотношений в формировании покупательского поведения			
6	Товарная политика	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Понятие товара и товарной политики. Классификация товаров	УК-3 УК-10 ОПК-3		22
		Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Ассортиментная политика. Матрица БКТ			
7	Ценовая политика	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Цена товара и методы ее формирования	УК-3 УК-10 ОПК-3		21
		Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Ценовая стратегия предприятия			
8	Товародвижение и его стимулирование	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Организация товародвижения	УК-3 УК-10 ОПК-3		22
		Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) по теме Сбытовые маркетинговые системы			
Итого					172

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

4.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

Состав лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, дисциплины (модуля) «Маркетинг» представлен в таблице 7.

Таблица 7. Программное обеспечение дисциплины (модуля)

№ п/п	Программное обеспечение	Страна производства	Реквизиты документа
Лицензионное программное обеспечение			
1.	Microsoft	США	Контракт на оказание услуг № 03721000213210000390001 от 22.12.2021
Свободно распространяемое программное обеспечение			
2.	Adobe Acrobat Reader DC	США	открытое лицензионное соглашение GNU
3.	Adobe Foxit Reader	США	открытое лицензионное соглашение GNU
4.	WinRar	США	открытое лицензионное соглашение GNU
5.	7Zip	США	открытое лицензионное соглашение GNU
6.	Google Chrome	США	открытое лицензионное соглашение GNU
7.	Mozilla Firefox	США	открытое лицензионное соглашение GNU
8.	Linux	Финляндия	открытое лицензионное соглашение GNU
9.	Scilab	Франция	открытое лицензионное соглашение GNU

4.2 Учебное обеспечение дисциплины (модуля)

Учебное обеспечение дисциплины (модуля) «Маркетинг» представлено в таблице 8.

Таблица 8. Обеспеченность дисциплины (модуля) учебными изданиями

№ п/п	Учебное издание	Вид учебного издания	Количество экземпляров (указывается только для печатных изданий)
1	Степанов, А. А. Маркетинг: учебное пособие / А. А. Степанов. - Великие Луки: ВЛГАФК, 2019. - 84 с. - ISBN 978-5-00150-333-0. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: https://e.lanbook.com/book/151142	электронное	
2	Шацкая, И. В. Маркетинг: учебное пособие / И. В. Шацкая. - Москва: РТУ МИРЭА, 2020. - 180 с. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: https://e.lanbook.com/book/167584	электронное	
3	Федюнина, Е. Н. Теория потребительского поведения: учебное пособие / Е. Н. Федюнина. - Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2018. - 128 с. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: https://e.lanbook.com/book/112378	электронное	
4	Толмачева, С. В. Маркетинговые коммуникации : учебник / С. В. Толмачева, Е. Б. Шарова. -: ТюмГНГУ, 2011. - 240 с. - ISBN 978-5-9961-0362-1. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: https://e.lanbook.com/book/39385	электронное	
5	Формирование конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий: учебное пособие / Н. В. Банникова, Д. В. Шлаев, Т. Н. Костюченко [и др.]. — Ставрополь: СтГАУ, 2018. — 73 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/141640	электронное	
6	Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер с англ. - М., ИМА-Кросс. Плюс. 1995. 702 с.	печатное	20
7	Крылова Г.Д., Соколова М.Н. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций: Учебное пособие для вузов.-М.: ЮНИТИ-ДАНА,2000.-519с.	печатное	5
8	Цыпкин Ю. А., Люкшинов А.Н.,Эриашвили Н.Д .Агромаркетинг и консалтинг: Учеб. пособие для студентов / Под ред. Проф. Ю.А. Цыпкина. -: ЮНИТИ, 2000. - 637 с.: ил.; 21 см.; ISBN 5-238-00186-X	печатное	10

4.3 Методическое обеспечение дисциплины (модуля)

Методическое обеспечение дисциплины (модуля) «Маркетинг» представлено в таблице 9.

Таблица 9. Обеспеченность дисциплины (модуля) методическими изданиями

№ п/п	Методическое издание	Вид учебного издания	Количество экземпляров (указывается только для печатных изданий)
1	<i>Маркетинг: методические рекомендации / составитель Л. А. Каменская. — Сочи: СГУ, 2022. — 36 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/351179</i>	электронное	

4.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Состав современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем дисциплины (модуля) «Маркетинг» представлен в таблице 10.

Таблица 10. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№ п/п	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	Режим доступа
1	КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справ. прав. система: офиц. сайт / Компания «КонсультантПлюс». — Электрон. дан.	http://www.consultant.ru/
2	Электронно-библиотечная система Издательства Лань [Электронный ресурс]: сайт / Издательство Лань— Электрон. дан.	http://e.lanbook.com/
3	Электронно-библиотечная система Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] сайт / Издательство «Директ Медиа» — Электрон. дан.	http://biblioclub.ru

5 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) «Маркетинг» представлено в таблице 11.

Таблица 11. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Аудитория 53 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Перечень основного оборудования 1. место преподавателя 2. столы 3. стулья 4. шкаф/стеллаж 5. доска меловая Перечень технических средств обучения 1.доска-экран 2. интерактивный проектор Dell 3. автоматизированное рабочее место с персональным компьютером с лицензионным программным обеспечением 4. источник бесперебойного питания 5. сетевой фильтр. Программное обеспечение: 1. Лицензионное программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ» 2. Лицензионное программное обеспечение «Система КонсультантПлюс» 3. Лицензионное программное обеспечение Microsoft (Windows XP, Windows Server 2003, Windows XP Professional x64 Edition, Windows Vista, Windows Server 2008, Windows 7, Windows Server 2012, Windows 8, Windows 8.1, Windows 10, Microsoft Office 2010,	238630, Калининградская область, г. Полесск, ул. Советская, д. 10

Microsoft Office 2013, Microsoft Office 365) 4. Свободно распространяемое программное обеспечение Adobe Acrobat Reader DC 5. Свободно распространяемое программное обеспечение 7-Zip	
Аудитория 49 - помещение для индивидуальной и самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета. Перечень основного оборудования 1.стеллажи со справочной литературой Перечень технических средств обучения 1.персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением. Программное обеспечение: 1. Лицензионное программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ» 2. Лицензионное программное обеспечение «Система КонсультантПлюс» 3. Лицензионное программное обеспечение Microsoft (Windows XP, Windows Server 2003, Windows XP Professional x64 Edition, Windows Vista, Windows Server 2008, Windows 7, Windows Server 2012, Windows 8, Windows 8.1, Windows 10, Microsoft Office 2010, Microsoft Office 2013, Microsoft Office 365) 4. Свободно распространяемое программное обеспечение Adobe Acrobat Reader DC 5. Свободно распространяемое программное обеспечение 7-Zip	238630, Калининградская область, г. Полесск, ул. Советская, д. 10

6 Особенности реализации дисциплины в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для инвалидов и лиц с ОВЗ может изменяться объём дисциплины в часах, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося (при этом не увеличивается количество зачётных единиц, выделенных на освоение дисциплины).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины

Студенты с нарушениями зрения:

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскостную информацию в аудиальную или тактильную форму;
- возможность использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом индивидуальных особенностей, и состояния здоровья студента;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- использование чёткого и увеличенного по размеру шрифта, и графических объектов в мультимедийных презентациях;
- использование инструментов «лупа», «проектор» при работе с интерактивной доской;
- озвучивание визуальной информации, представленной обучающимся в ходе занятий;
- обеспечение раздаточным материалом, дублирующим информацию, выводимую на экран;
- наличие подписей и описания у всех используемых в процессе обучения рисунков и иных графических объектов, что даёт возможность перевести письменный текст в аудиальный;
- обеспечение особого речевого режима преподавания: лекции читаются громко, разборчиво, отчётливо, с паузами между смысловыми блоками информации, обеспечивается интонирование, повторение, акцентирование, профилактика рассеивания внимания;
- минимизация внешнего шума и обеспечение спокойной аудиальной обстановки;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, на ноутбуке, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания и др.) на практических и лабораторных занятиях;

- минимизирование заданий, требующих активного использования зрительной памяти и зрительного внимания;
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы.

Студенты с нарушениями опорно-двигательного аппарата (маломобильные студенты, студенты, имеющие трудности передвижения и патологию верхних конечностей):

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения;
 - опора на определенные и точные понятия;
 - использование для иллюстрации конкретных примеров;
 - применение вопросов для мониторинга понимания;
 - разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки;
 - увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала;
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
- обеспечение беспрепятственного доступа в помещения, а также пребывания них;
- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).

Студенты с нарушениями слуха (глухие, слабослышащие, позднооглохшие):

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить аудиальную форму лекции в плоскостную информацию;
- наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации;
- осуществлять взаимобратный перевод текстовых и аудиофайлов (блокнот для речевого ввода), а также запись и воспроизведение зрительной информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию

вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;

- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала (структурно-логические схемы, таблицы, графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, раздаточный материал);

- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;

- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;

- особый речевой режим работы (отказ от длинных фраз и сложных предложений, хорошая артикуляция; четкость изложения, отсутствие лишних слов; повторение фраз без изменения слов и порядка их следования;

- обеспечение зрительного контакта во время говорения и чуть более медленного темпа речи, использование естественных жестов и мимики);

- чёткое соблюдение алгоритма занятия и заданий для самостоятельной работы (называние темы, постановка цели, сообщение и запись плана, выделение основных понятий и методов их изучения, указание видов деятельности студентов и способов проверки усвоения материала, словарная работа);

- соблюдение требований к предъявляемым учебным текстам (разбивка текста на части; выделение опорных смысловых пунктов; использование наглядных средств);

- минимизация внешних шумов;

- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;

- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего).

Студенты с прочими видами нарушений (ДЦП с нарушениями речи, заболевания эндокринной, центральной нервной и сердечно-сосудистой систем, онкологические заболевания):

- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации;

- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;

- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала;

- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;

- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее ознакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;

- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего);
- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы,
- стимулирование выработки у студентов навыков самоорганизации и самоконтроля;
- наличие пауз для отдыха и смены видов деятельности по ходу занятия.