МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени И.Т. ТРУБИЛИНА»

Факультет финансы и кредит
Вшэ / итмо/сетевые программы

КубГАУ
Кубанский государственный аграрный университет
Документ подписан простой электронной подписью
СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП
Сертификат: 2a00000bac3d0b849ed3c36efc000200000bac
Владелец: Адаменко Александр Александрович
Действителен от 03-09-2023 до 24-05-2026

УТВЕРЖДЕНО
Декан
Адаменко А.А.
Протокол от 29.04.2026 № 12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)подготовки: Финансы и управление бизнесом

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 4 года

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

2026

Разработчики:
Заведующий кафедрой, кафедра финансов Фалина Н.В.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 954; 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по процессному управлению", утвержден приказом Минтруда России от 17.04.2018 № 248н; "Специалист по финансовому консультированию", утвержден приказом Минтруда России от 19.03.2015 № 167н; "Специалист по корпоративному кредитованию", утвержден приказом Минтруда России от 09.10.2018 № 626н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	ВШЭ / ИТМО/Сетевые программы	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Фалина Н.В.	Согласовано	27.04.2026, № 9

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование у обучающихся необходимых знаний в области маркетинговых технологий в управлении и их применения в профессиональной деятельности для решения необходимых задач.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование знаний сущности маркетинга и его роли в управлении;;
- формирование знаний концепций маркетинга и характера их воздействий на организацию;;
- овладение умениями выявления характеристик рынка и определения видов конкуренции;;
- формирование знаний основных категорий и теоретических положений в области маркетинговых технологий управления;;
- овладение умениями выявлять информационные потребности маркетинга предприятия, осуществлять поиск и сбор информационных ресурсов для принятия маркетинговых решений в управлении;;
- освоение навыков использования интеллектуальных информационных технологий для формирования маркетинговых решений;;
- овладение умениями формирования маркетинговой информационной базы предприятия, организации хранения, обработки и использования маркетинговых данных;;
- формирование знаний информационных потребностей маркетинга, структуры рынка маркетинговых ресурсов, средств доступа к ним;;
- овладение навыками формирования и реализации стратегии маркетинга в управлении..

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ОПК-Э4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

ОПК-Э4.1 Демонстрирует знания основных категорий экономики и управления для экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений

Знать:

ОПК-Э4.1/Зн1 Основные категории экономики и управления для обоснования организационно-управленческих решений

Уметь:

ОПК-Э4.1/Ум1 Экономически и финансово обосновывать организационно-управленческие решения

Владеть:

ОПК-Э4.1/Нв1 Владеет и применяет знания основных категорий экономики и управления для экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений

ОПК-Э4.2 Собирает, обрабатывает, обобщает, анализирует и интерпретирует информацию о деятельности экономических субъектов с целью подготовки обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

Знать:

ОПК-Э4.2/Зн1 Методы сбора, обработки, обобщения, анализа и интерпретации информации о деятельности экономических субъектов для подготовки обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

Уметь:

ОПК-Э4.2/Ум1 Оценить и интерпретировать информацию о деятельности экономических субъектов с целью подготовки обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

Владеть:

ОПК-Э4.2/Нв1 Применяет методы сбора, обработки и анализа информации о деятельности экономических субъектов с целью подготовки обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

ОПК-Э4.3 Использует результаты исследований для предложения экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

Знать:

ОПК-Э4.3/Зн1 Методы исследований для предложения экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

Уметь:

ОПК-Э4.3/Ум1 Оценить результаты исследований и использовать результаты исследований для предложения экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

Владеть:

ОПК-Э4.3/Нв1 Применяет результаты исследований для предложения экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

ОПК-М3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

ОПК-М3.1 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления

Знать:

ОПК-М3.1/Зн1 Этапы и стадии процесса управления; сферы возникновения управленческих проблем, технику описания и анализа проблемной ситуации; основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля

Уметь:

ОПК-М3.1/Ум3 Воспринимать, обобщать и анализировать стратегическую информацию

Владеть:

ОПК-М3.1/Нв1 Навыками идентификации проблемных областей, определения типа проблемы и описания её, оценивания наличия условий требующих определённых действий и наличия необходимых ресурсов для проведения нужных мероприятий; постановки цели и задачи по решению проблемных ситуаций, опираясь на методы понимания проблем и инструменты анализа проблем

ОПК-М3.2 На основе результатов анализа проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности

Знать:

ОПК-М3.2/Зн2 Различные модели принятия решений относительно целей организации и способов их достижения

Уметь:

ОПК-М3.2/Ум2 Выбирать и использовать методы и инструменты разработки, принятия и реализации управленческих решений с учетом особенности их применения в управлении операционной и тактической деятельностью организации и типа решаемых проблем

Владеть:

ОПК-М3.2/Нв1 Навыками верификации, структуризации и критической оценки информации, получаемой из различных источников, осуществления её анализа и синтеза для обоснования управленческих решений с использованием инструментов

ОПК-М3.3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий

Знать:

ОПК-М3.3/Зн3 Сущность стратегических изменений, методы оценки и анализа рисков в процессе стратегического управления

Уметь:

ОПК-М3.3/Ум1 Использовать методы прогнозирования, моделирования и сценарии описания развития ситуации для оценки ожидаемых результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений с современного компьютерного инструментария

Владеть:

ОПК-М3.3/Нв4 Навыками проведения изменений в организационной структуре и организационной культуре

ОПК-М4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организаций

ОПК-М4.1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций

Знать:

ОПК-М4.1/Зн2 Методы оценки ресурсов развития и заинтересованности ключевых стейкхолдеров в стратегическом развитии организации

Уметь:

ОПК-М4.1/Ум3 Разрабатывать и оценивать стратегические альтернативы

Владеть:

ОПК-М4.1/Нв3 Методами проведения стратегического выбора

ОПК-М4.2 Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса

Знать:

ОПК-М4.2/Зн1 Объекты бизнес-планирования, особенности процесса бизнес-планирования в различных сферах деятельности организации, методику разработки разделов бизнес-плана проектов и направлений деятельности в соответствии с целями организации

Уметь:

ОПК-М4.2/Ум1 Разрабатывать структуру бизнес-плана и содержание его разделов

Владеть:

ОПК-М4.2/Нв2 Навыками применения количественных и качественных методов систематизации, обоснования и обобщения результатов бизнес-планирования, представления и презентации бизнес-плана

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Маркетинговые технологии управления» относится к обязательной части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 6.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Шестой семестр	108	3	39	1		12	26	69	Зачет
Всего	108	3	39	1		12	26	69	

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Основы маркетинга и его роль в управлении	**54**		**6**	**12**	**36**	ОПК-Э4.1 ОПК-Э4.2 ОПК-Э4.3 ОПК-М3.1 ОПК-М3.2 ОПК-М3.3
Тема 1.1. Основные понятия маркетинга и его роли в управлении	7		1	2	4	
Тема 1.2. Методы и инструменты для исследования проблемных ситуаций, возникающих в развитии рынков и маркетинговой деятельности организации	11		1	2	8	
Тема 1.3. Дизайн и проведение маркетинговых исследований целевых рынков	18		2	4	12	

Тема 1.4. Методы сегментирования целевых рынков и позиционирования продуктов компании.	18		2	4	12	
Раздел 2. Маркетинговые технологии управления	**53**		**6**	**14**	**33**	ОПК-Э4.2 ОПК-Э4.3 ОПК-М4.1 ОПК-М4.2
Тема 2.1. Решения по управлению продуктовым портфелем, ценообразованию, дистрибуции и продвижению продуктов.	16		2	4	10	
Тема 2.2. Экономическая и коммуникативная эффективность маркетинговых решений, проектов, планов.	16		2	4	10	
Тема 2.3. Цифровые технологии для разработки программ продвижения организации и ее продуктового портфеля.	21		2	6	13	
Раздел 3. Промежуточная аттестация	**1**	**1**				ОПК-Э4.1 ОПК-Э4.2 ОПК-Э4.3 ОПК-М3.1 ОПК-М3.2 ОПК-М3.3 ОПК-М4.1 ОПК-М4.2
Тема 3.1. Подготовка к промежуточной аттестации и сдача зачета/экзамена.	1	1				
Итого	**108**	**1**	**12**	**26**	**69**	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Основы маркетинга и его роль в управлении
(Лекционные занятия - 6ч.; Практические занятия - 12ч.; Самостоятельная работа - 36ч.)

Тема 1.1. Основные понятия маркетинга и его роли в управлении
(Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)

1. Сущность маркетинга.
2. Роль маркетинга в управлении.
3. Сегментация рынков.

Тема 1.2. Методы и инструменты для исследования проблемных ситуаций, возникающих в развитии рынков и маркетинговой деятельности организации
(Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)

1. Характеристика методов и инструментов для исследования проблемных ситуаций, возникающих в развитии рынков и маркетинговой деятельности организации
2. Матрица SWOT-анализа.

Тема 1.3. Дизайн и проведение маркетинговых исследований целевых рынков
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 12ч.)

1. Разработка дизайна маркетинговых исследований.
2. Организация проведения маркетинговых исследований.
3. Качественные и количественные маркетинговые исследования.
4. Оценка емкости рынка.
5. Фокусгруппы и интервью.
6. Анализ портрета целевого потребителя.

Тема 1.4. Методы сегментирования целевых рынков и позиционирования продуктов компании.
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 12ч.)

1. Характеристика методов сегментирования целевых рынков и позиционирования продуктов компании.
2. Модель «Целевой маркетинг».

Раздел 2. Маркетинговые технологии управления
(Лекционные занятия - 6ч.; Практические занятия - 14ч.; Самостоятельная работа - 33ч.)

Тема 2.1. Решения по управлению продуктовым портфелем, ценообразованию, дистрибуции и продвижению продуктов.
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. Специфика решений по управлению продуктовым портфелем.
2. Специфика решений по ценообразованию;
3. Специфика решений по дистрибуции и продвижению продуктов
4. Модели 4P; 7P; 4C.

Тема 2.2. Экономическая и коммуникативная эффективность маркетинговых решений, проектов, планов.
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. ROI.
2. ROMI.
3. LTV.
4. Уровень осведомленности о бренде.
5. Уровень понимания имиджа бренда.
6. Уровень лояльности.

Тема 2.3. Цифровые технологии для разработки программ продвижения организации и ее продуктового портфеля.
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 13ч.)

1. Контекстная, нативная, таргетированная реклама.
2. SMM-маркетинг.
3. E-mail-маркетинг.
4. Seo-оптимизация.
5. Цифровые сервисы анализа и оценки эффективности использования коммуникационных инструментов (Яндекс.Метрика, Google.Analytics).

Раздел 3. Промежуточная аттестация
(Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)

Тема 3.1. Подготовка к промежуточной аттестации и сдача зачета/экзамена.

(Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)
Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Основы маркетинга и его роль в управлении

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Решите задачу.

В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 8 до 10 % при емкости рынка 110 млн. штук продукта.
Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 88 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составят 75 млн. руб.

Форма контроля/оценочное средство: Компетентностно-ориентированное задание

Вопросы/Задания:

1. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

А. покупателей, приобретающих товары для личного пользования;
Б. фирм-производителей товаров потребительского назначения;
В. компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации.

2. Назовите возможные пути выхода на рынок:

А. дифференцированный маркетинг;
Б. рассеянный маркетинг;
В. недифференцированный маркетинг;
Г. концентрированный маркетинг.

3. Технология паблик рилейшнз включает:

А. осуществление программы оценку результатов и доработку программы;
Б. разработку программы и сметы;
В. анализ, исследования и постановку задач;
Г. все вышеперечисленное.

4. Атрибутом позиционирования является:

А. количество сотрудников на предприятия;
Б. цена;
В. мощность предприятия;
Г. широта ассортимента выпускаемой продукции.

5. Средствам (инструментам) предобработки данных:

А. восстановление пропущенных значений;
Б. очистка от шумов и сглаживание рядов данных;
В. фильтрация;
Г. факторный анализ;
Д. арты Кохонена;
Е. нейронные сети.

6. В постоянные издержки в бюджете маркетинга не включают:

А. скидки;
Б. расходы на функционирование службы маркетинга;
В. наценки;
Г. издержки, связанные с исследованиями рынка.

Раздел 2. Маркетинговые технологии управления

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Решите задачу:

50% всех потребителей, которые покупают майонез, делают одну покупку новой марки майонеза за определенный период. Исследователи исходя из динамики покупок предполагают, что кумулятивное проникновение новой марки в конечном счете составит 60%. Из 505 опрошенных 55% приобрели новую марку повторно за тот же период. На базе динамики этой доли исследователи считают, что в конечном счете процент повторных покупок составит 50%.

Покупатели, которые повторно приобретают новую марку майонеза, покупают достаточно много майонеза в целом. Исследование показало, что в среднем они потребляют майонез на 20% больше других людей. Это значит, что для этих покупателей индекс интенсивности потребления майонеза составляет 1, 2.

Определите рыночную долю новой марки майонеза.

Ответ:

а) 36%

б) 30%

в) 25%

г) 41%

Форма контроля/оценочное средство: Компетентностно-ориентированное задание

Вопросы/Задания:

1. К стимулированию сбыта можно отнести:

А. конкурсы с подарками;

Б. беспроигрышные лотереи;

В. зачетные купоны, скидки;

Г. все вышеперечисленное.

2. Виды принимаемых решений на высшем уровне руководства:

А. выбор целей по каждому продукту;

Б. стратегия распределения ресурсов;

В. обслуживание клиентов;

Г. реклама.

3. К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы:

А. кабинетное исследование;

Б. панельное исследование;

В. полевое исследование.

4. Выберите верные утверждения:

А. при стратегии диверсификации создается полностью новая продукция;

Б. при стратегии развития рынка осуществляется техническое расширение продукта;

В. при стратегии развития продукта происходит полная замена существующей линейки новыми продуктами;

Г. при стратегии маркетинговой экспансии принимается решение ухода с освоенных рынков на другие, либо закрытие продуктовой линейки.

Раздел 3. Промежуточная аттестация

Форма контроля/оценочное средство:

Вопросы/Задания:

.

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Шестой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ОПК-М3.1 ОПК-М4.1 ОПК-М3.2 ОПК-М4.2 ОПК-М3.3 ОПК-Э4.1 ОПК-Э4.2 ОПК-Э4.3

Вопросы/Задания:

1. Вопросы к зачету

1. Теория и основные концепции развития маркетинга: производственная, товарная, сбытовая, маркетинговая, социально-ориентированная концепция маркетинга.
2. Понятие и структура маркетинговой среды. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда.
3. Макро- и микросреда компании. PEST-, SWOT-анализ.
4. Влияние цифровой среды на маркетинговую деятельность компании.
5. Цели маркетинговой деятельности компаний.
6. Виды и классификация маркетинговых стратегий.
7. Теория стратегического маркетингового планирования.

2. Вопросы к зачету

8. Поведение потребителей: теория и модели потребительского поведения.
9. Стимулы и факторы, влияющие на поведение потребителя.
10. Холистический маркетинг.
11. Маркетинг взаимодействия.
12. Маркетинг в цифровой среде.
13. Вопросы глобализации и локализации маркетинга.
14. Поэлементная структура маркетинг-микс.
15. Содержание маркетинг-микс: продуктовая, ценовая, дистрибутивная и коммуникационная деятельность компании.

3. Вопросы к зачету

16. Целевой маркетинг: сегментирование рынка, выбор целевых рынков и позиционирование.
17. Переменные и критерии сегментирования рынка.
18. Стратегия позиционирования.
19. Виды позиционирования.
20. Стратегии достижения целевых рынков: недифференцированный (массовый маркетинг), дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг, персонализированный маркетинг
21. Особенности сегментирования потребительском и промышленном рынках.

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Николаева, М.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник / М.А. Николаева, И.А. Рамазанов, В.М. Комаров. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2024. - 230 с. - 978-5-394-05946-9. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.ru/cover/2161/2161317.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Секерин, В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник / В.Д. Секерин. - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 237 с. - 978-5-16-111767-5. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/1904/1904861.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Современный маркетинг: традиции и тенденции: Монография / Р.М. Ахметшин, А.Л. Белобородова, Н.В. Каленская [и др.]; Казанский национальный исследовательский технологический университет. - 2 - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2025. - 194 с. - 978-5-394-06226-1. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.ru/cover/2198/2198444.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Подольникова,, Е. М. Менеджмент и маркетинг: учебно-методическое пособие для практических занятий и самостоятельной работы студентов направления подготовки 35.03.04 агрономия, 35.03.07 технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции, 35.03.03 агрохимия / Е. М. Подольникова,, О. М. Хохрина,. - Менеджмент и маркетинг - Брянск: Брянский государственный аграрный университет, 2024. - 92 c. - 2227-8397. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/147630.html (дата обращения: 08.10.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Бекмурзаев И. Д. Цифровой маркетинг: учебное пособие / Бекмурзаев И. Д., Дадаев Я. Э.. - Грозный: ЧГУ им. А.А. Кадырова, 2024. - 104 с. - Текст: электронный. // RuSpLAN: [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/img/cover/book/461525.jpg (дата обращения: 08.10.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Евдокимов О. Г. Интернет-маркетинг: методические рекомендации к курсовой работе / Евдокимов О. Г., Булахова П. А.. - Москва: РУТ (МИИТ), 2024. - 17 с. - Текст: электронный. // RuSpLAN: [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/img/cover/book/459653.jpg (дата обращения: 08.10.2025). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. https://www.consultant.ru/ - Консультант

Ресурсы «Интернет»

1. http://www.iprbookshop.ru/ - IPRbook
2. https://znanium.com/ - Znanium.com
3. www.book.ru - Электронная библиотечная система BOOK.ru
4. https://rosstat.gov.ru/ - Федеральная служба государственной статистики

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

Учебная работа по направлению подготовки осуществляется в форме контактной работы с преподавателем, самостоятельной работы обучающегося, текущей и промежуточной аттестаций, иных формах, предлагаемых университетом. Учебный материал дисциплины структурирован и его изучение производится в тематической последовательности. Содержание методических указаний должно соответствовать требованиям Федерального государственного образовательного стандарта и учебных программ по дисциплине.

Самостоятельная работа студентов может быть выполнена с помощью материалов, размещенных на портале поддержки Moodl.

Методические указания по формам работы

Лекционные занятия

Передача значительного объема систематизированной информации в устной форме достаточно большой аудитории. Дает возможность экономно и систематично излагать учебный материал. Обучающиеся изучают лекционный материал, размещенный на портале поддержки обучения Moodl.

Практические занятия

Форма организации обучения, проводимая под руководством преподавателя и служащая для детализации, анализа, расширения, углубления, закрепления, применения (или выполнения разнообразных практических работ, упражнений) и контроля усвоения полученной на лекциях учебной информации. Практические занятия проводятся с использованием учебно-методических изданий, размещенных на образовательном портале университета.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

Для инвалидов и лиц с ОВЗ может изменяться объём дисциплины (модуля) 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).

Фонды оценочных средств адаптируются к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающимися.

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением зрения:

– устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;

– с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.;

– при возможности письменная проверка с использованием рельефно-точечной системы Брайля, увеличенного шрифта, использование специальных технических средств (тифлотехнических средств): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, отчеты и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением слуха:

– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;

– с использованием компьютера: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.;

– при возможности устная проверка с использованием специальных технических средств (аудиосредств, средств коммуникации, звукоусиливающей аппаратуры и др.): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением опорно-двигательного аппарата:

– письменная проверка с использованием специальных технических средств (альтернативных средств ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;

– устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств

коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
– с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.
Адаптация процедуры проведения промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ.
В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:
– предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
– возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;
– увеличение продолжительности проведения аттестации;
– возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем).
Формы промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ должны учитывать индивидуальные и психофизические особенности обучающегося/обучающихся по АОПОП ВО (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями зрения:
– предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскопечатную 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», «прожектор» 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.
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам 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, аппеляция 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.).
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями слуха (глухие, слабослышащие, позднооглохшие):
– предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить аудиальную форму лекции в плоскопечатную информацию;
– наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации; осуществлять взаимообратный 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 час¬ти; 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).
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам 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 знакомятся 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.

10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)