


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

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета ИЭиБ
 от «17» июня 2021 г., протокол № 243/10
 Председатель И.Б.Романова
 «17» июня 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Маркетинг рынка медицинских услуг
Факультет	Бизнес-факультет
Кафедра	Экономики и предпринимательства
Курс	2

38.04.01 направление магистратуры (Экономика)

код направления (специальности), полное наименование

Профиль Экономика и управление медицинской организацией

полное наименование

Форма обучения _____ заочная _____

очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2021 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: _____

Программа актуализирована на заседании кафедры ЭиП: _____

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Пустынникова Е.В.	Э и П	д.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину Э и П	Заведующий выпускающей кафедрой Э и П
 _____ Белый Е.М. _____ / <i>Подпись</i> <i>ФИО</i> « 17 » _____ 06 _____ 2021 г.	 _____ Белый Е.М. _____ / <i>Подпись</i> <i>ФИО</i> « 17 » _____ 06 _____ 2021 г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цели освоения дисциплины: – сформировать понимание принципов работы рыночного механизма; понимание разнообразных форм конкуренции (совершенной и несовершенной); умение и навыки описания и анализа реальных рыночных явлений и моделей; навыки решения задач на основе экономических моделей, формирование квалификации для проведения анализа различных экономических процессов и явлений.

Задачи освоения дисциплины: направлены на получение студентами необходимых и достаточных знаний по читаемой дисциплине в рамках выполнения требований ФГОС ВО по направлению 38.04.01 «Экономика», формирование необходимых навыков для освоения последующих дисциплин.

В более детальном виде задачами дисциплины являются:

- ✓ формирование экономического мировоззрения;
- ✓ изучение концепций экономической теории и логики экономического анализа;
- ✓ углубленные представления о принципах и законах функционирования хозяйственных субъектов в условиях экономических систем;
- ✓ изучение методов исследования экономического развития организации;
- ✓ изучение основных классификаций в экономике;
- ✓ изучение и оценка экономических показателей деятельности организации;
- ✓ изучение эффективности производства валового внутреннего продукта и использования национального дохода;
- ✓ изучение уровня жизни, доходов и потребления населения.


2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Маркетинг рынка медицинских услуг» имеет шифр Б1В.01 в учебном плане.

Предшествующими дисциплинами являются: Правовое обеспечение медицинской деятельности, Экономика медицинской организации, Управление государственными и муниципальными закупками в здравоохранении/Логистика и ценовая политика медицинской организации.

Дисциплина «Маркетинг рынка медицинских услуг» реализуется в одном семестре с дисциплинами: Экономическая теория (продвинутый курс), Налоговое планирование и администрирование в медицинской организации / Оптимизация налогообложения в здравоохранении, Эконометрика и практиками: Ознакомительная практика

Изучение Дисциплина «Маркетинг рынка медицинских услуг» предшествует изучению следующих дисциплин: Цифровая экономика, Управление инновациями в медицинской организации, Предпринимательская деятельность в здравоохранении, Управление человеческими ресурсами в медицинской организации, Стратегическое и оперативное управление медицинской организацией, Организация инвестиций, Внутренний аудит медицинской организации, Анализ отраслевых рынков и конкурентная политика, Внутренний аудит, Планирование и прогнозирование в медицинской

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

организации, Финансовый и управленческий учет, Управление затратами в медицинской организации, Система медицинского страхования, Страхование здоровья и прохождению Практики проектной деятельности, практики по профилю профессиональной деятельности, Преддипломной практики, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ


Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК – 1 Способен к организации и контролю текущей деятельности медицинской организации	Знает: - ИД-1пк1 теорию и современную практику формирования и функционирования экономического субъекта; Умеет: - ИД-2пк1 решать задачи исследовательского и проектного характера, связанные с повышением эффективности организации; Владеет: - ИД-3пк1 навыками оценки соответствия результатов общим принципам, целям системы управления экономического субъекта;
ПК-4 Способен управлять рисками медицинской организации	Знает: - ИД-1пк4 сущность и элементы маркетинга медицинских услуг; - принципы построения и совершенствования процесса управления рисками в области маркетинга; Умеет - ИД-2пк4 анализировать внешний и внутренний контекст, проблемные области деятельности и потенциальные возможности маркетинга для развития медицинских организаций; Владеет - ИД-3пк4 навыками формулировки задач, принципов и целей процесса управления маркетинга медицинских услуг;

4.ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах) **72**

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u> заочная </u>)	
	Всего по	В т.ч. по семестрам (4 семестр)

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


	плану	1	2	3
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	12*	12*		
Аудиторные занятия:				
лекции	6*	6*		
Семинары и практические занятия	8*	8*		
лабораторные работы, практикумы				
Самостоятельная работа	58	58		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)	тестирование, опрос	тестирование, опрос		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

*проведение занятий в дистанционной форме


4.3. Содержание дисциплины (модуля.) Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения __заочная__

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Тема 1. Теоретические аспекты маркетинга	8	-	1			7	устный или письменный опрос, зачет

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

рынка медицинских услуг							
Тема 2. Маркетинговая среда на рынке медицинских услуг. Концепция жизненного цикла медицинской услуги.	9	1	1			7	устный или письменн ый опрос, зачет
Тема 3. Потребители товаров и услуг медицинского назначения. Особенности покупательског о поведения Сегментирова ние рынка и позиционирова ние услуги на рынке медицинских услуг	8	-	1		1	7	устный или письменн ый опрос, зачет
Тема 4. Управление маркетингом в медицинской организации. Конкурентоспо собность медицинских услуг.	9	1	1			7	устный или письменн ый опрос, зачет
Тема 5. Категория стоимости и ценообразован ия на рынке медицинских услуг.	8	-	1		1	7	устный или письменн ый опрос, зачет
Тема 6. Особенности планирования маркетинга в медицинской организации.	9	1	1			7	устный или письменн ый опрос, зачет
Тема 7. Особенности	12	2	1		1	9	устный или письменн

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

формирования товарной политики в маркетинге медицинской организации							ый опрос, экзамен
Тема 8. Особенности политики продвижения в маркетинге системе здравоохранения	9	1	1		1	7	устный или письменный опрос, зачет
Итого	72	6	8		4	58	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Теоретические аспекты маркетинга рынка медицинских услуг .

Сущность, особенность маркетинга в медицинской организации. Возникновение маркетинга как научной области знаний. Маркетинг коммерческих организаций и социальный маркетинг. Основные функции маркетинга в медицинской организации. Особенности применения инструментов маркетинга в медицинской организации.

Тема 2. Маркетинговая среда на рынке медицинских услуг. Концепция жизненного цикла медицинской услуги.

Классификация факторов маркетинговой среды. Макро- и микросреда в маркетинге. Влияние факторов макросреды на рынок товаров и услуг медицинского назначения.

Тема 3. Потребители товаров и услуг медицинского назначения. Особенности покупательского поведения Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг.


Классификация потребителей товаров и услуг медицинского назначения. Семья как потребитель товаров и услуг медицинского назначения. Факторы, влияющие на поведение покупателей. Процесс принятия решения о покупке.

Тема 4. Управление маркетингом в медицинской организации. Конкурентоспособность медицинских услуг.

Процесс управления маркетингом в медицинских организациях. Принципы управления маркетингом. Концепции, используемые в управлении маркетингом в медицинской организации здравоохранения. Анализ конъюнктуры рынка медицинских услуг. Конкурентоспособность медицинских товаров и услуг. Конкурентоспособность организации в сфере здравоохранения.

Тема 5. Категория стоимости и ценообразования на рынке медицинских услуг.

Маркетинговые исследования в системе здравоохранения Система маркетинговой информации. Классификация маркетинговых исследований, методические основы их

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

проведения. Факторы, влияющие на цену товаров и услуг медицинского назначения. Особенности политики цен в системе здравоохранения. Факторы, влияющие на цену товаров и услуг медицинского назначения


Тема 6. Особенности планирования маркетинга в медицинской организации
Сущность, принципы, подходы планирования маркетинга товаров и услуг медицинского назначения в медицинской организации. Особенности планирования маркетинга в системе здравоохранения. Стратегия и тактика маркетинга. Оперативное планирование маркетинга. Основные стратегии маркетинга в организациях системы здравоохранения. Планирование комплекса продвижения.

Тема 7. Особенности формирования товарной политики в маркетинге медицинской организации. Критерии выбора целевого рынка. Варианты охвата рынка. Прогнозирование спроса. Расчет емкости рынка. Классификация медицинских препаратов. Классификация медицинских услуг. Сертификация медицинских препаратов. Способы защиты товаров и услуг от фальсификации. Основы патентования.

Тема 8. Особенности политики продвижения в маркетинге системе здравоохранения Понятие о прямом и косвенном сбыте. Способы организации прямых продаж. Каналы сбыта. Оптовая и розничная продажа медицинских препаратов и медицинской техники. Средства продвижения в маркетинге здравоохранения: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личная продажа. Расчет затрат на продвижение. Оценка эффективности продвижения.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Тема дисциплины	Темы занятий семинарского типа	Часы в т.ч. интерактивно
1	Теоретические аспекты маркетинга рынка медицинских услуг.	Анализ понятийного аппарата и практика целеполагания	1
2	Маркетинговая среда на рынке медицинских услуг. Концепция жизненного цикла медицинской услуги	SWOT-анализ рынке медицинских услуг. Кривая ЖЦП.	1
3	Потребители товаров и услуг медицинского назначения. Особенности покупательского поведения. Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг.	Семья, как объект исследования маркетинга медицинской организации. Параметры спроса и предложения. Мотивы поведения потребителей	1/1
4	Управление маркетингом в медицинской организации. Конкурентоспособность медицинских услуг	Экономический анализ рынка. Деловая игра «Разработка маркетинговых решений». Задания 1 и 2	1
5	Категория стоимости и ценообразования на рынке медицинских услуг.	Виды цен рынка медицинских услуг. Методы ценообразования. Решение задач.	1/1

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

6	Особенности планирования маркетинга в медицинской организации	Деловая игра «Комплекс маркетинг-микс по оказанию медицинских услуг»	1
7	Особенности формирования товарной политики в маркетинге медицинской организации	Решение задач: Точка безубыточности и эффект масштаба	1/1
8	Особенности политики продвижения в маркетинге системе здравоохранения	Типы посредников. «Центр тяжести» на рынке медицинских услуг. Брэнддинг медицинской организации	1/1

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

1. Роль маркетинга в обеспечении конкурентоспособности современной медицинской организации
2. Пути совершенствования снабженческо-сбытовой политики медицинской организации
3. Эффективность внедрения информационных систем в маркетинговые процессы организации
4. Основные функции маркетинга на рынке медицинских услуг
5. Пути ускорения товарооборота и роста объема медицинских услуг
6. Виды сегментирования на рынке медицинских услуг
7. Эффективность применения автоматической идентификации штриховых кодов
8. Перспектива развития маркетинга на рынке медицинских услуг
9. Интеграционные подходы на рынке медицинских услуг
10. Роль маркетинга, оказывающего влияние на конкурентоспособность медицинской организации.

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. Маркетинг в системе охраны здоровья населения РФ.
2. Категории маркетинга. Основные функции маркетинга в здравоохранении.
3. Социальный маркетинг. Предмет, цели, задачи социального маркетинга.
4. Роль социального маркетинга в управлении здравоохранением.
5. Маркетинговая среда в здравоохранении: макросреда и микросреда.
6. Основные факторы макро- и микросреды в здравоохранении.
7. Организация службы маркетинга в организациях здравоохранения. Принципы построения организационных структур.
8. Маркетинговые исследования в здравоохранении: классификация, основы проведения.
9. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг медицинского назначения. Отличие конкурентоспособности услуги от конкурентоспособности организации.
10. Изучение конъюнктуры рынка товаров и услуг медицинского назначения.
11. Прогнозирование спроса на товары и услуги медицинского назначения. Расчет емкости рынка.

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


12. Особенности потребительского рынка в здравоохранении. Индивидуальные и коллективные потребители.
13. Семья, как объект исследования маркетинга в здравоохранении. Этапы жизненного цикла семьи.
14. Система управления маркетингом.
15. Концепции управления организацией здравоохранения.
16. Критерии выбора целевого сегмента на рынке товаров и услуг медицинского назначения.
17. Принципы сегментирования в здравоохранении и их возможные сочетания.
18. Планирование маркетинга в организациях здравоохранения. Виды и элементы планов маркетинга.
19. Основные маркетинговые стратегии в здравоохранении.
20. Маркетинг-микс медицинской организации.
21. Особенности медицинских услуг. Классификация товаров и изделий медицинского назначения.
22. Способы защиты товаров и услуг от фальсификации. Сущность патентования.
23. Особенности ценообразования в маркетинге здравоохранения. Методы ценообразования в здравоохранении.
24. Корректирование цен с учетом особенностей товарного ассортимента, сезонных скидок, психологии восприятия цены покупателем.
25. Факторы, влияющие на уровень цен в здравоохранении.
26. Особенности распределения товаров и услуг медицинского назначения.
27. Средства продвижения медицинских товаров и услуг: реклама, пропаганда, стимулирование спроса и личная продажа.
28. Особенности планирования комплекса продвижения товаров и услуг медицинского назначения.
29. Методы расчета затрат на продвижение товаров и услуг медицинского назначения.
30. Оценка эффективности комплекса продвижения товаров и услуг медицинского назначения.

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.).

Форма обучения _____ заочная _____

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Теоретические аспекты маркетинга рынка	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы,		Тестирование; подготовка к


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

медицинских услуг.	интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	зачету
Маркетинговая среда на рынке медицинских услуг. Концепция жизненного цикла медицинской услуги	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям.	7	Тестирование; подготовка к зачету
Потребители товаров и услуг медицинского назначения. Особенности покупательского поведения. Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг.	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	Тестирование; подготовка к зачету
Управление маркетингом в медицинской организации. Конкурентоспособность медицинских услуг	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	Тестирование; подготовка к зачету
Категория стоимости и ценообразования на рынке медицинских услуг.	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	Тестирование; подготовка к зачету
Особенности планирования маркетинга в медицинской организации	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	Тестирование; подготовка к зачету
Особенности формирования товарной политики в маркетинге медицинской организации	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	9	Тестирование; подготовка к зачету
Особенности политики продвижения в маркетинге системе здравоохранения	Изучение материала лекции, основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов и подготовка к практическим занятиям	7	Тестирование; подготовка к зачету

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная

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

1. Фармацевтический маркетинг : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Н. И. Суслов, М. Е. Добрусина, А. А. Чурин, Е. А. Лосев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 319 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-00332-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433837>

2. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08762-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452576>

дополнительная

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450037>

2. Муравьева Е. В. Маркетинг в сервисе : электронный учебный курс / Муравьева Елена Валентиновна. — Ульяновск : УлГУ, 2017. — URL: <https://portal.ulsu.ru/course/view.php?id=93942>. — Режим доступа: Портал ЭИОС УлГУ. — Текст : электронный.

URL: <https://portal.ulsu.ru/course/view.php?id=93942>

Муравьева Е. В. Маркетинг в сервисе [Электронный ресурс] : электрон. учеб. курс: учеб. пособие / Муравьева Елена Валентиновна. — Электрон. текстовые дан. - Ульяновск : УлГУ, 2017. - URL: <http://edu.ulsu.ru/courses/856/interface/>

3. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450620>

учебно-методическая

1. Пустынникова Е. В. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Маркетинг рынка медицинских услуг» по направлению магистратура 38.04.01 «Экономика» / Е. В. Пустынникова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. экономики и предпринимательства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 506 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://www.lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2455>

Согласовано:

Слав. Библиотекарь, Голоцова М.И., МР
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата 08.06.21г.


б) программное обеспечение

Компьютерные программы:

Windows

Microsoft Office

Мой Офис Стандартный

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

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Znaniium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znaniium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:


7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Зам. нач. УИТИТ / Клишова В.В. / 01.06.2021
Должность сотрудника УИТИТ ФИО подпись дата

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Учебный корпус по адресу: ул. Пушкинская, 4а. Объект доступен для маломобильных групп населения. Перед корпусом установлены дорожные знаки «Парковка для инвалидов». На стене у входа в здание установлены кнопка вызова дежурного и информационное устройство с тактильной идентификацией для помощи

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

перемещения людей с ограниченными возможностями «Кнопка вызова персонала». На центральном крыльце корпуса установлены наклонные подъемные платформы. В корпусе имеется лифт и информационные устройства с тактильной идентификацией для помощи перемещения людей с ограниченными возможностями «Лифт для инвалидов» и «Направление движения». Ширина дверных проемов в тамбуре и вестибюле составляет 1200 мм. Дверные проемы не имеют порогов и перепадов высот пола. Имеется доступная ширина пути движения в коридорах. На первом этаже предусмотрена универсальная санитарно-гигиеническая кабина, доступная для всех маломобильных групп населения.

Здание института экономики и бизнеса (средство обучения). г.Ульяновск, ул. Федерации, д.№29. 1620,3. Объект не доступен для маломобильных групп населения. На стене у входа в здание установлены кнопка вызова дежурного и информационное устройство с тактильной идентификацией для помощи перемещения людей с ограниченными возможностями «Кнопка вызова персонала».

– Аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оснащенные проектором, ноутбуком, аудиооборудованием для просмотра видео (6 аудитория, актовый зал, 703, 709 и др. аудитории в корпусах по ул.Федерации, 29 и по ул. Пушкинская, 4а).

– Аудитории, оборудованные интерактивными досками (603, 611).

– Аудитории для проведения тестирования и самостоятельной работы студентов с выходом в интернет, комп.класс №1к (корпус по ул. Федерации, 29).

– Читальный зал (803 аудитория) с компьютеризированными рабочими местами для работы с электронными библиотечными системами, каталогом и т.д.

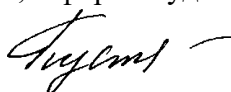
13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение по ОПОП ВО обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и отдельно. 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».



Разработчик _____ профессор _____ Пустынникова Е.В. _____