

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

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ
 решением Ученого совета института медицины,
 экологии и физической культуры
 от « 20 » г. протокол № 10/20
 Председатель Мидленко В.И.
 20 19 г.
 утверждается в подразделении, реализующем ОПОП



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Фармацевтический маркетинг
Факультет	Последипломного медицинского и фармацевтического образования
Кафедра	Общей и клинической фармакологии с курсом микробиологии
Курс	3

Направление (специальность) 33.01.05. «Фармация»

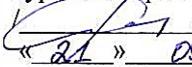
Направленность (профиль/специализация): Управление фармацевтической деятельностью

Форма обучения очная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 20 19 г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 11 от 27.05 20 21 г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Маркевич М.П.	Общей и клинической фармакологии с курсом микробиологии	К.фарм.н., доцент
Голоднова Д.А.	Общей и клинической фармакологии с курсом микробиологии	Ассистент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой
 / <u>Маркевич М.П.</u> /	Зав.кафедрой общей и клинической фармакологии с курсом-микробиологии  / Маркевич М.П.
« <u>21</u> » _____ <u>05</u> _____ <u>2020</u> _____ г.	« <u>21</u> » <u>05</u> _____ <u>20</u> <u>19</u> _____ г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины:

- Формирование знаний, умений и практических навыков по основам предпринимательской деятельности руководителей и специалистов предприятий, аптечной организации.

Задачи освоения дисциплины:

- Научить студентов знаниям по вопросам: товарного рынка, достижения науки и техники, новых возможностей применения уже производимого товара или продукта,
- Научить студентов умениям по работе с неосознанными потребителями или изучения пока не удовлетворенных потребительских запросов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Фармацевтический маркетинг» относится к Блоку 1 «Дисциплины», Вариативная часть, дисциплины по выбору. Изучается на 3 курсе, 5 семестре.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, знания и умения ранее изученных дисциплин, как входные:

- психология взаимоотношений «провизор-потребитель» - знать морально-этические нормы и принципы, относящиеся к профессиональной деятельности фармацевтического работника.
- правоведение -основные этические и правовые документы, регламентирующие нравственно-этические аспекты.
- экономическая теория – уметь строить графики и схемы, иллюстрирующие различные экономические модели; распознавать и обобщать сложные взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом действия экономических закономерностей на микро - и макроуровнях.

Данная дисциплина является предшествующей для таких дисциплин, как медицинское и фармацевтическое товароведение, управление и экономика фармации, организация фармацевтического дела, фармакогнозия, для производственной практики по управлению и экономике фармацевтических организаций.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: **ОПК-3, ПК-6**

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК – 3 Способен осуществлять	Знать:

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

<p>профессиональную деятельность с учетом конкретных экономических, экологических, социальных факторов в рамках системы нормативно-правового регулирования сферы обращения лекарственных средств</p>	<p>-социально-экономическую сущность, цели, задачи, функции, принципы, методы, виды и типы фармацевтического маркетинга;</p> <p>-цели, направления, виды, принципы, методы, объекты, алгоритм маркетинговых исследований в фармации, источники информации для проведения маркетинговых исследований;</p> <p>-функции и структуру фармацевтического рынка, порядок проведения сегментации фармацевтического рынка;</p> <p>-особенности поведения потребителей лекарственных средств и изделий медицинского назначения;</p> <p>-структуру маркетинговой среды фармацевтической организации и основные методы ее анализа;</p> <p>-основные направления реализации товарной политики в аптеке, пути позиционирования товаров на фармацевтическом рынке;</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основные методы маркетингового анализа; -изучать потребительское поведение на фарм. рынке; -пользоваться методиками и принципами изучения спроса на товары, услуги; -проводить сегментирование фармацевтического рынка по различным признакам и отбор целевых сегментов; -использовать методы оценки конкурентоспособности субъектов фармацевтического рынка, товаров, услуг; -использовать приемы формирования и анализа ассортимента; -применять методы формирования и использования систем маркетинговой информации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основными методами маркетингового анализа и сегментирования фармацевтического рынка; - процедурами анализа рыночных возможностей аптечных организаций; методологией системного и ситуационного анализа; -навыками применения различных методов оценки конкурентоспособности субъектов фармацевтического рынка, товаров, услуг; -приемами формирования и анализа товарного ассортимента
--	---

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

	<ul style="list-style-type: none"> -навыками осуществления выкладки товаров аптечного ассортимента; -навыками оценки эффективности использования площадей для размещения торгового оборудования и выкладки товаров;
<p>ПК – 6 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -направления формирования маркетинговых коммуникаций на фармацевтическом рынке, основы фармацевтической рекламы: цели, задачи, функции, виды, средства, особенности рекламы на фармацевтическом рынке, её место в комплексе инструментов маркетинга, алгоритм планирования рекламной компании. -основные направления, цели, функции и особенности продвижения лекарственных средств и парафармацевтической продукции систему формирования спроса и стимулирования сбыта на фармацевтическом рынке, -основные правила, принципы и инструменты мерчандайзинга в аптеке. Нормативные документы, регламентирующие порядок выкладки товаров аптечного ассортимента в торговом зале. <p>Основные функционально-должностные обязанности специалиста по мерчандайзингу в аптеке</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -применять принципы мерчандайзинга, организовать торговое пространство аптеки в соответствии с требованиями мерчандайзинга, создать атмосферу, благоприятную для покупок, эффективно разместить рекламные материалы в торговом зале; -оценить эффективность проведения мерчандайзинговых мероприятий в аптеке; -пользоваться учебной, научной, научно-популярной литературой, сетью Интернет для профессиональной деятельности; -выполнять тестовые задания в любой форме, решать ситуационные задачи на основе теоретических знаний. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -приёмами эффективного размещения рекламных материалов в торговом зале аптеки; -методиками и принципами изучения спроса на товары, услуги.

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

	-базовыми технологиями преобразования информации: текстовыми редакторами; техникой работы в сети Internet.
--	--

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения - очная)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		5
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	36	36
Аудиторные занятия:	36	36
лекции	18	18
семинары и практические занятия	18	18
лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	36	36
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы	Тестирование, реферат	Тестирование, реферат
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации		зачет
Всего часов по дисциплине	72	72

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

Форма обучения очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
1. Современная концепция	8	2	2	-	-	4	Тестирование,

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

маркетинга. Товар. Лекарственные препараты как особый вид товара. Товар в теории маркетинга.							реферат
2. Товарная политика в фармацевтическом бизнесе.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, реферат
3. Принципы ценообразования.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, реферат
4. Распределение фармацевтических товаров.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, реферат
5. Основные виды продвижения товаров.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, реферат
6. Рынок как экономическая основа маркетинга.	8	2	2	-	2	4	Тестирование, реферат
7. Маркетинговые исследования в фармации.	8	2	2	-	2	4	Тестирование, реферат
8. Система маркетинговой информации.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, реферат
9. Принципы планирования маркетинга.	8	2	2	-	-	4	Тестирование, реферат
Итого	72	18	18	-	4	36	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Тема 1. Современная концепция маркетинга. Товар. Лекарственные препараты как особый вид товара. Товар в теории маркетинга.

Основа маркетинга как философия бизнеса в фармации. Маркетинговая характеристика товара. Жизненный цикл товара. Основные принципы классификации товаров в фармацевтическом маркетинге. Лекарственные средства как товар. Товар как главный элемент комплекса маркетинга.

Тема 2. Товарная политика в фармацевтическом бизнесе.

Сущность товарной политики. Товарная номенклатура и ассортимент товаров в

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

фармацевтическом маркетинге. Основные составляющие товарной политики. Конкурентоспособность и качество товара. Торговая марка, товарный знак и упаковка товара как существенные элементы товарной политики. Упаковка как средство реализации маркетинга. Анализ жизненного цикла фармацевтического товара. Позиционирование фармацевтического товара.

Тема 3. Принципы ценообразования.

Цена в комплексе маркетинга. Ценовая политика. Принципы ценообразования в фармации.

Тема 4. Распределение фармацевтических товаров.

Структура системы распределения. Выбор канала распределения. Прямые каналы распределения. Формы прямых продаж. Косвенные каналы распределения. Оптовая торговля. Розничная торговля. Факторы распределения на фармацевтическом рынке. Практика распределения на фармацевтическом рынке.

Тема 5. Основные виды продвижения товаров.

Формирование коммуникационной политики. Реклама. Выбор средств канала распространения рекламы. Личная продажа. Выбор способов и стратегии продвижения товара.

Тема 6. Рынок как экономическая основа маркетинга.

Определение и основные виды рынков. Ёмкость рынка. Рынок продавца и рынок покупателя. Прогнозирование развития рынка. Сегментирование рынка.

Тема 7. Маркетинговые исследования в фармации.

Сущность и процесс маркетингового исследования. Полевое исследование. Исследование рынка. Анализ и метод исследования фармацевтического рынка. Методы анализа. Концепция стратегии «Матрица целенаправленной политики» как основа экономического подхода распределения государственных ассигнований на бесплатное лекарственное обеспечение.

Тема 8. Система маркетинговой информации.

Общая характеристика системы маркетинговой информации. Информационная безопасность.

Тема 9. Принципы планирования маркетинга.

План маркетинга. Структура плана маркетинга и содержание основных разделов. Алгоритм планирования.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Современная концепция маркетинга. Товар. Лекарственные препараты как особый вид товара. Товар в теории маркетинга. (Семинар)

1. Основа маркетинга как философия бизнеса в фармации.
2. Маркетинговая характеристика товара.
3. Жизненный цикл товара.
4. Основные принципы классификации товаров в фармацевтическом маркетинге.
5. Лекарственные средства как товар.

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

6. Товар как главный элемент комплекса маркетинга.

Тема 2. Товарная политика в фармацевтическом бизнесе. (Практическое занятие)

1. Сущность товарной политики.
2. Товарная номенклатура и ассортимент товаров в фармацевтическом маркетинге.
3. Основные составляющие товарной политики.
4. Конкурентоспособность и качество товара.
5. Торговая марка, товарный знак и упаковка товара как существенные элементы товарной политики.
6. Упаковка как средство реализации маркетинга.
7. Анализ жизненного цикла фармацевтического товара.
8. Позиционирование фармацевтического товара.

Тема 3. Принципы ценообразования. (Практическое занятие)

1. Цена в комплексе маркетинга.
2. Ценовая политика.
3. Принципы ценообразования в фармации.

Тема 4. Распределение фармацевтических товаров. (Семинар)

1. Структура системы распределения.
2. Выбор канала распределения.
3. Прямые каналы распределения. Формы прямых продаж.
4. Косвенные каналы распределения. Оптовая торговля. Розничная торговля.
5. Факторы распределения на фармацевтическом рынке.
6. Практика распределения на фармацевтическом рынке.

Тема 5. Основные виды продвижения товаров. (Семинар)

1. Формирование коммуникационной политики.
2. Реклама.
3. Выбор средств канала распространения рекламы.
4. Личная продажа.
5. Выбор способов и стратегии продвижения товара.

Тема 6. Рынок как экономическая основа маркетинга. (Практическое занятие)

1. Определение и основные виды рынков.
2. Ёмкость рынка.
3. Рынок продавца и рынок покупателя. Прогнозирование развития рынка.
4. Сегментирование рынка.

Тема 7. Маркетинговые исследования в фармации. (Семинар)

1. Сущность и процесс маркетингового исследования.
2. Полевое исследование.
3. Исследование рынка.
4. Анализ и метод исследования фармацевтического рынка.
5. Методы анализа.
6. Концепция стратегии «Матрица целенаправленной политики» как основа экономического подхода распределения государственных ассигнований на бесплатное лекарственное обеспечение.

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

Тема 8. Система маркетинговой информации. (Семинар)

1. Общая характеристика системы маркетинговой информации.
2. Информационная безопасность.

Тема 9. Принципы планирования маркетинга. (Практическое занятие)

1. План маркетинга.
2. Структура плана маркетинга и содержание основных разделов.
3. Алгоритм планирования.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Курсовые и контрольные работы не предусмотрены УП.

1. Тенденции развития мирового фармацевтического рынка.
2. Характеристика фармацевтического рынка ПФО.
3. Реклама на фармацевтическом рынке.
4. Фармацевтический маркетинг, цель и задачи.
5. Виды фармацевтического маркетинга.
6. Принципы маркетинга в современных условиях работы аптек.
7. Ассортиментная политика.
8. Ценообразование.
9. Мерчандайзинг.
10. Товарная марка, товарный знак, брэнддинг.
11. Технология ведения переговоров.
12. Организационно-правовые формы на фармацевтическом рынке.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Основа маркетинга как философия бизнеса в фармации.
2. Маркетинговая характеристика товара.
3. Жизненный цикл товара.
4. Основные принципы классификации товаров в фармацевтическом маркетинге.
5. Лекарственные средства как товар.
6. Товар как главный элемент комплекса маркетинга.
7. Сущность товарной политики.
8. Товарная номенклатура и ассортимент товаров в фармацевтическом маркетинге.
9. Основные составляющие товарной политики.
10. Конкурентоспособность и качество товара.
11. Торговая марка, товарный знак и упаковка товара как существенные элементы товарной политики.
12. Упаковка как средство реализации маркетинга.
13. Анализ жизненного цикла фармацевтического товара.
14. Позиционирование фармацевтического товара.
15. Цена в комплексе маркетинга.
16. Ценовая политика.
17. Принципы ценообразования в фармации.
18. Структура системы распределения.

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

19. Выбор канала распределения.
20. Прямые каналы распределения. Формы прямых продаж.
21. Косвенные каналы распределения. Оптовая торговля. Розничная торговля.
22. Факторы распределения на фармацевтическом рынке.
23. Практика распределения на фармацевтическом рынке.
24. Формирование коммуникационной политики.
25. Реклама.
26. Выбор средств канала распространения рекламы.
27. Личная продажа.
28. Выбор способов и стратегии продвижения товара.
29. Определение и основные виды рынков.
30. Ёмкость рынка.
31. Рынок продавца и рынок покупателя. Прогнозирование развития рынка.
32. Сегментирование рынка.
33. Сущность и процесс маркетингового исследования.
34. Полевое исследование.
35. Исследование рынка.
36. Анализ и метод исследования фармацевтического рынка.
37. Методы анализа.
38. Концепция стратегии «Матрица целенаправленной политики» как основа экономического подхода распределения государственных ассигнований на бесплатное лекарственное обеспечение.
39. Общая характеристика системы маркетинговой информации.
40. Информационная безопасность.
41. План маркетинга.
42. Структура плана маркетинга и содержание основных разделов.
43. Алгоритм планирования.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения _____ очная _____

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1. Современная концепция маркетинга. Товар. Лекарственные препараты как особый вид товара. Товар в теории маркетинга.	проработка учебного материала, реферат	4	Проверка готовности и содержания
2. Товарная политика в фармацевтическом бизнесе.	проработка учебного материала, реферат	4	Проверка готовности и содержания
3. Принципы ценообразования.	проработка учебного материала, реферат	4	Проверка готовности и

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

			содержания
4. Распределение фармацевтических товаров.	проработка учебного материала, реферат	4	Проверка готовности и содержания
5. Основные виды продвижения товаров.	проработка учебного материала, реферат	4	Проверка готовности и содержания
6. Рынок как экономическая основа маркетинга.	проработка учебного материала, реферат	4	Проверка готовности и содержания
7. Маркетинговые исследования в фармации.	проработка учебного материала, реферат	4	Проверка готовности и содержания
8. Система маркетинговой информации.	проработка учебного материала, реферат	4	Проверка готовности и содержания
9. Принципы планирования маркетинга.	проработка учебного материала, реферат	4	Проверка готовности и содержания
Итого		36	

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная

1. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Титова В.А. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2013. - Режим доступа - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778220713.html>

2. Наркевич И.А., Управление и экономика фармации / под ред. И. А. Наркевича - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2017. - 928 с. - ISBN 978-5-9704-4226-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970442265.html>

3. Фармацевтический маркетинг : учебное пособие / Н. И. Суслов, А. А. Чурин, М. Е. Добрусина, Е. А. Лосев. — Томск : Томский политехнический университет, 2014. — 320 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/34728.html>

дополнительная

1. Распоряжение Правительства РФ от 01.10.2010 N 1660-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы "Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года и дальнейшую перспективу» Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_105529/

2. Приказ Минобрнауки России от 27.03.2018 N 219 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - специалитет по специальности 33.05.01 Фармация" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.04.2018 N 50789) Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_296116/

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

учебно-методическая

1. Паршукова Г.Б., Реклама в коммуникационном процессе : учеб.-метод. пособие / Паршукова Г.Б. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2011. - 36 с. - ISBN 978-5-7782-1879-6 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778218796.html>

Согласовано:

И. В. Семенов / *Методич. С.И.* / *Ф.В.*
 Должность сотрудника научной библиотеки / ФИО / подпись / дата

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ группа компаний Ай Пи Эр Медиа. - Электрон.дан. - Саратов, [2019]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.

1.2. ЮРАЙТ [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Электрон.дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.

1.3. Консультант студента [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Политехресурс. - Электрон.дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html>.

1.4. Лань [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО ЭБС Лань. - Электрон.дан. - С.-Петербург, [2019]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>.

1.5. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Знаниум. - Электрон.дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://znanium.com>

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система/ Компания «Консультант Плюс». - Электрон.дан. - Москва: КонсультантПлюс, [2019]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

3. База данных периодических изданий [Электронный ресурс]: электронные журналы/ ООО ИВИС. - Электрон.дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>.

4. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон.дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.

5. Электронная библиотека диссертаций РГБ [Электронный ресурс]: электронная библиотека/ ФГБУ РГБ. - Электрон.дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Информационная система [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru). Режим доступа: <http://window.edu.ru>.

6.2. Федеральный портал [Российское образование](http://www.edu.ru). Режим доступа: <http://www.edu.ru>.

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

Согласовано:

 /  /  / 19.06.19
 Должность сотрудника УИГиТ / ФИО / подпись / дата

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

Разработчик



доцент Маркевич М.П.

_____ ассистент Голоднова Д.А.



Лист согласования

№	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст	ФИО заведующего кафедрой, реализующего дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Приложение 1) Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/практики» с оформлением отдельного приложения	Маркевич И. П.		31.08.2020
2	Приложение 1) Внесение изменений в п.п. б) Профессиональные базы данных п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/практики» с оформлением отдельного приложения	Маркевич И. П.		31.08.2020

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

Согласовано:

И. Библиотечник / Мотушкин С.В. / 2020
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2020]. – URL: http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2020]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2020]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=e3ddfb99-a1a7-46dd-a6eb-2185f3e0876a%40sessionmgr4008>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

3. Базы данных периодических изданий:

База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2020]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

«Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2020]. – 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, [2020]. – URL: <https://нэб.пф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.



Лист согласования

№	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст	ФИО заведующего кафедрой, реализующего дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Приложение 1) Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/практики» с оформлением отдельного приложения	Маркевич И.П.		31.08.2021
2	Приложение 1) Внесение изменений в п.п. б) Профессиональные базы данных п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/практики» с оформлением отдельного приложения	Маркевич И.П.		31.08.2021

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

Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.

Согласовано:

И. Библиотечник / Матюшкин С.К. 2021
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО (подпись) дата

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. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

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

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

1.8. ClinicalCollection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – 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 :

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

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

5. **SMARTImagebase** // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s689574>. – 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 Mega-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Зам.нач. УИТ / Ключков _____
 Должность сотрудника УИТ ФИО Подпись дата