

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


УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета института
 экономики и бизнеса УлГУ
 от « 18 » июня 2020 г., протокол № 233/10
 Председатель _____ Белый Е.М.
 (подпись, расшифровка подписи)
 « 18 » июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Поведение потребителей
Факультет	управления
Кафедра	управления
Курс	2

Направление (специальность) 38.03.02 Менеджмент
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) Стратегическое планирование и маркетинг
полное наименование

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

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 01 » сентября 2020 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 17 июня 2021 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 ____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 ____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Аббревиатура кафедры	Ученая степень, звание
Белокопытова Н.Г.	КУ	к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой управления
 / Иванова Т.Ю./ Подпись ФИО «11» _____ июня _____ 2020 г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель курса «Поведение потребителей» - формирование основ знаний у студентов, получающих квалификацию (степень) «бакалавр» по направлению «Менеджмент», современной теории поведения потребителей и первоначальных навыков ее практического использования.

Задачи дисциплины:

- ❖ ознакомить студентов с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами к модели поведения потребителя;
- ❖ рассмотреть этапы процесса принятия потребителем решения о покупке;
- ❖ охарактеризовать особенности послепокупочных реакций потребителя;
- ❖ выявить современные направления развития консьюмеристского движения;
- ❖ ознакомить студентов с технологиями разработки маркетинговых мероприятий, основанных на знании содержания модели поведения, как индивидуализированного, так и организационного потребителя.

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

«Поведение потребителей» является учебной дисциплиной по выбору вариативной части Рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» по профилю «Стратегическое планирование и маркетинг» и имеет код Б1.В.1.ДВ.05.01.

Освоение курса «Поведение потребителей» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего, по курсам: информационные технологии в экономике и управлении, основы проектного управления, введение в специальность, государственное регулирование экономики и др.

В свою очередь, курс «Поведение потребителей» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: менеджмент, стратегический менеджмент, цифровой маркетинг, логистика, риск- менеджмент, бизнес – планирование, бенчмаркинг, рекламное дело, маркетинговые исследования и др.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующей профессиональной компетенции:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-9 – способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а	Знать: - теоретико-методические основы поведения потребителей для диагностики потребительского спроса, анализа структуры рынков и конкурентной среды отрасли, выявления рыночных и специфических рисков в деятельности организации, оценивания воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления при реализации маркетинговых программ фирмы; Уметь: - изучать и анализировать поведение потребителей при

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине			
также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	помощи маркетинговых технологий для разработки управленческих решений;		
	определять структуру рынков и анализировать конкурентную среду отрасли для разработки и реализации маркетинговой стратегии организации;		
	Владеть:		
	- технологиями анализа поведения потребителей при принятии ими решений о покупках и в их послепокупочном поведении; - методами описания структур рынков и конкурентной среды отрасли для разработки комплекса маркетинга в соответствии с «профилем» целевого сегмента потребителя;		
	Приобрести навыки:		
	- оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления при разработке и реализации маркетинговых мероприятий, направленных на повышение лояльности целевых потребителей; - анализа поведения потребителей экономических благ, изучения потребительского спроса, определения структур рынков и конкурентной среды отрасли для обеспечения конкурентоспособности организации.		

4.ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения - очная)		
	всего по плану	в том числе по семестрам	
		3	4
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	36	36	-
Аудиторные занятия, в том числе:	36	36	-
лекции	18	18	-
семинары и практические занятия	18	18	-
лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа студента	36	36	-
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы:	Реферат опрос тестирование задание	Реферат опрос тестирование задание	-
Курсовая работа	-	-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет	-
Всего часов по дисциплине	72	72	-

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы:
Форма обучения очная

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф - Рабочая программа по дисциплине							
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. Предмет, цели, задачи и содержание курса.	10	2	2	-	-	6	Реферат
2. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.	12	2	2		2	6	опрос
3. Индивидуальные характеристики потребителя как внутренний фактор его поведения.	16	4	4	-	2	6	тестирование
4. Процесс принятия потребителем решения о покупке.	16	4	4	-	2	6	задание
5. Послепокупочное поведение потребителя.	12	2	2	-	2	6	Реферат
6. Организационное покупательское поведение.	16	4	4	-	2	6	опрос
ИТОГО	72	18	18	-	10	36	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Предмет, цели, задачи и содержание курса.

Предмет дисциплины. Цели, задачи и содержание курса. Мультидисциплинарность и взаимосвязь курса с другими дисциплинами. Роль курса в системе подготовки менеджера, маркетолога и других специалистов экономического профиля.

Тема 2. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.

Культурные, экономические, политические, научно-технические, природно-климатические и демографические факторы макросреды. Особенности влияния комплекса маркетинга отдельной организации на поведение потребителя. Влияние референтных групп. Глобальные рынки: кросс-культурные вариации в поведении потребителей, демография и структура глобальных рынков. Сегментация международных рынков.

Тема 3. Индивидуальные характеристики потребителя как внутренний фактор его поведения.

Социально-экономический статус индивидуума: сущность, характеристики, способы определения при социальной стратификации. Восприятие, способность к обучению, мотивация, отношение, психологический тип личности как психографические характеристики потребителя, особенности их выявления и использования при разработке маркетинговых программ. Культурные характеристики потребителя и их учет в подготовке комплекса маркетинга товара/услуги. Жизненный стиль потребителя как внутренний фактор его поведения.

Тема 4. Процесс принятия потребителем решения о покупке.

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

Осознание потребности. Информационный поиск. Предпокупочная оценка альтернатив покупки. Плановое решение о покупке. Влияние ситуационных покупочных факторов и фактическое решение о покупке. Покупка. Послепокупочное поведение: потребление и послепокупочные реакции потребителя.

Тема 5. Послепокупочное поведение потребителя.

Варианты использования потребителем товара после покупки. Полное и частичное потребление товара индивидом, реакции потребителя на покупку в случае удовлетворенности/неудовлетворенности приобретенным товаром. Поведение потребителя в случае его отказа от потребления товара. Послепокупочный диссонанс: сущность и факторы, увеличивающие возможность его возникновения. Маркетинговые приемы снятия послепокупочного диссонанса потребителя.

Тема 6. Организационное покупательское поведение.

Характеристики потребителя на рынке В-2-В. Типы закупочных ситуаций. Модель организационного покупательского поведения. Этапы процесса организационной закупки. Сущность и характеристики организационного стиля. Центр принятия организационного покупочного решения: содержание, основные участники, их функции и роли.

6.ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Трудоемкость практических и семинарских занятий составляет – 18 часов (по очной форме обучения), 6 часов (по заочной форме обучения).

Тема 1. Предмет, цели, задачи и содержание курса.

Форма проведения семинарского занятия – дискуссия о целях, задачах и роли курса «Поведение потребителей» при подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент».

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. В чем состоит предмет дисциплины «Поведение потребителей»?
2. Каковы цели, задачи и содержание данного курса?
3. Какова роль курса в системе подготовки бакалавра по направлению подготовки «Менеджмент»?

Тема 2. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра по выявлению факторов внешнего влияния на потребительское поведение. Обсуждение рефератов о факторах внешнего влияния на поведение потребителей.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Охарактеризуйте культурные, политические, экономические, научно-технические, природно-климатические, демографические составляющие макросреды как факторы внешнего воздействия на потребительское поведение.

2. В чем проявляется групповое влияние на индивидуума?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. В чем состоит суть кросс-культурных вариаций в поведении потребителей?
4. Раскройте содержание понятия «демография и структура глобальных рынков».

Тема 3. Индивидуальные характеристики потребителя как внутренний фактор его поведения.

Форма проведения семинарского занятия – ролевая игра по определению социального ранга индивидуума. Обсуждение рефератов об индивидуальных характеристиках потребителя.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Каково содержание понятия «социально-экономический статус потребителя»?

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

2. В чем состоят сходства и различия функционального и репутационного подходов к определению социально-классовой структуры клиентурного рынка?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. В чем состоят сходства и различия основных психологических типов личности потребителя?

Тема 4. Процесс принятия потребителем решения о покупке.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра по выявлению особенностей этапов процесса принятия потребителем решения о покупке, коллоквиум по пройденному материалу.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Каковы основные типы процессов принятия решений потребителем о покупке?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

2. В чем состоит сущность процесса осознания потребителем потребности?

3. Каковы виды источников информации и их характеристики?

Тема 5. Послепокупочное поведение потребителя.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра по разработке «программы снятия послепокупочного диссонанса потребителя». Контрольная работа в форме письменного тестирования студентов по пройденному материалу.

Вопросы по теме:

1. Каковы основные варианты использования потребителем товара после покупки?

2. Каковы возможные реакции потребителя на покупку в случае удовлетворенности/неудовлетворенности приобретенным товаром?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. В чем состоят особенности поведения потребителя в случае его отказа от потребления товара?

Тема 6. Организационное покупательское поведение.

Форма проведения семинарского занятия – деловая ролевая игра по выявлению ролей участников «покупающего центра» при организационном покупательском поведении.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Каковы основные черты организационного покупательского поведения?

2. Охарактеризуйте этапы процесса организационной закупки.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Какова сущность и характеристики организационного стиля?

7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

8.ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

8.1. Тематика рефератов по дисциплине

1. Концепция культуры как фактора внешнего влияния на поведение потребителя.
2. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии.
3. Социально-экономический статус индивидуума и его влияние на потребительское поведение.
4. Экономические и политические индикаторы социального класса.
5. Особенности социализации индивидуума в референтной группе.
6. Влияние референтных групп на поведение потребителей.
7. Стадии жизненного цикла домохозяйства и их характеристики.
8. Потребительская социализация в семье: содержание, стадии и модели процесса.
9. Восприятие как внутренний фактор потребительского поведения.

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

10. Многоуровневая модель памяти.
11. Обучение как внутренний фактор потребительского поведения.
12. Мотивация как внутренний фактор потребительского поведения.
13. Методы исследования мотивации индивидуализированного потребителя.
14. Маркетинговые стратегии, основанные на множественных мотивах или на мотивационном конфликте.
15. Сравнительный анализ подходов к описанию личности индивида.
16. Эмоции потребителя как внутренний фактор его поведения.
17. Персональные ценности потребителя как внутренний фактор его поведения.
Жизненный стиль потребителя как внутренний фактор его поведения.
18. Ресурсы потребителя как внутренний фактор его поведения.
19. Роль маркетинговых исследований в изучении знаний потребителя о товаре, о месте и времени покупки и об использовании купленного продукта.
20. Разработка программы маркетинговых мероприятий по изменению компонентов потребительского отношения.
21. Типы процессов принятия решений потребителем о покупке.
22. Компенсационные и некомпенсационные правила принятия решения потребителем о покупке.
23. Стимулирование продаж как фактор активизации шоппинга.
24. Роль маркетинговых исследований в изучении ситуационных факторов покупки.
25. Маркетинговые программы фирмы по совершенствованию внутримаркетинговых факторов стимулирования покупки.
26. Особенности послепокупочного поведения потребителя.
27. Модель организационного покупательского поведения.
28. Характеристики организационного стиля отраслевого покупателя.
29. Распределение ролей участников центра принятия организационного покупательского решения.
30. История становления и развития конъюмеризма в России и за рубежом.
31. Возникновение и развитие теории поведения потребителей: историческая ретроспектива.

Написание реферата по вопросам администрирования и кадрового документооборота – это краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания научного труда или трудов, включающий обзор литературы по теме, выбранной из перечня предлагаемых выше тем. Цель написания реферата – формирование и развитие компетенций обучающегося в области самостоятельной научно-исследовательской работы студента, в которой раскрывается суть исследуемой проблемы. Объем реферата может быть от 5 до 15 страниц формата А4. В структуре реферата выделяются: титульный лист, реферативный текст, список использованной литературы. В реферате допускается включение таблиц, графиков, схем, как в основном тексте, так и в качестве приложений. Критерии оценки реферата: соответствие теме; глубина проработки материала; правильность и полнота использования источников; владение терминологией и культурой речи; оформление реферата. По усмотрению преподавателя рефераты могут быть представлены на семинарских и практических занятиях в виде публичных выступлений с соответствующим обсуждением.

8.2. Тематика курсовых работ по дисциплине.

Данный вид работы по дисциплине не предусмотрен учебным планом.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Предмет, цели, задачи и содержание теории поведения потребителей.
2. История развития теории поведения потребителей: зарубежный и отечественный опыт.
3. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.

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

4. Концепция культуры как фактора внешнего влияния на поведение потребителя.
5. Экономические и политические индикаторы социального социально-экономического статуса потребителя.
6. Влияние референтных групп на поведение потребителей.
7. Стадии жизненного цикла домохозяйства и их характеристики.
8. Потребительская социализация в семье: содержание, стадии и модели процесса.
9. Восприятие как внутренний фактор потребительского поведения.
10. Обучение как внутренний фактор потребительского поведения.
11. Мотивация как внутренний фактор потребительского поведения.
12. Основные теоретические подходы к описанию личности индивида.
- Жизненный стиль потребителя как внутренний фактор его поведения.
13. Анализ содержания знаний потребителя о товаре, о месте и времени покупки и об использовании купленного продукта.
14. Содержание и параметры потребительского отношения.
15. Маркетинговые мероприятия по изменению компонентов потребительского отношения.
16. Типы процессов принятия решений потребителем о покупке.
17. Процесс осознания потребителем потребности.
18. Информационный поиск при принятии потребителем решения о покупке.
19. Оценка альтернатив покупки.
20. Ситуационные факторы покупки.
21. Послепокупочное поведение потребителя.
22. Модель организационного покупательского поведения.
23. Сущность и характеристики организационного стиля.
24. Центр принятия организационного покупательского решения: содержание, основные участники, их функции и роли. Типы закупочных ситуаций.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1. Предмет, цели, задачи и содержание курса	Проработка учебного материала, устные и письменные ответы на вопросы на закрепление знаний, написание эссе по теме	6	Проверка ответов на вопросы, тестирование
Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.	Проработка учебного материала, устные и письменные ответы на вопросы на закрепление знаний; выполнение тестовых заданий на знание основных определений и концепций, анализ и конспектирование научно-учебной литературы по теме, проведение сравнительного анализа разных концептуальных подходов в табличной форме	6	Проверка ответов на письменные вопросы, тестирование
3. Индивидуальные характеристики потребителя как внутренний фактор его поведения.	Проработка учебного материала, ответы на вопросы на закрепление знаний, выполнение заданий выявления индивидуальных характеристики целевых потребителей	6	Проверка выполнения заданий, анализ ответов на вопросы, тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф - Рабочая программа по дисциплине				
4. Процесс принятия потребителем решения о покупке.	Проработка учебного материала, решение кейс-заданий на описание этапов процесса принятия потребителем решения о покупке	6	Проверка ответов на письменные вопросы, тестирование	
5. После-покупочное поведение потребителя.	Проработка учебного материала, составление письменной описательной модели послепокупочного поведения потребителя	6	Проверка ответов на письменные вопросы, тестирование	
6. Организационное покупательское поведение.	Проработка учебного материала, решение кейс-заданий на описание организационного покупательского поведения	6	Проверка ответов на письменные вопросы, тестирование	

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

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Дубровин И.А., Поведение потребителей : Учебное пособие / Дубровин И. А. - М. : Дашков и К, 2018. - 312 с. - ISBN 978-5-394-01475-8 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394014758.html>
2. Белокопытова Н.Г. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : электрон. учеб. курс для студентов вузов по экон. направл. / Белокопытова Надежда Геннадьевна, Ю. О. Моисеева. - Электрон. текстовые дан. - Ульяновск : УлГУ, 2016. - URL: <http://edu.ulsu.ru/courses/803/interface/>.

б) дополнительная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433656>
2. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 277 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433123>
3. Посыпанова, О. С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей : монография / О. С. Посыпанова. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 341 с. — ISBN 978-5-4487-0467-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80372.html>

в) учебно-методическая литература:

1. Иванова Т. Ю. Методические указания по организации самостоятельной работы бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (бакалавриат) / Т. Ю. Иванова, О. В. Качагина; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 1,18 Мб). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1343>
2. Белокопытова Н. Г. Методические указания по дисциплине «Поведение потребителей» по организации самостоятельной работы обучающихся, осваивающих ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Стратегическое планирование и маркетинг» (уровень бакалавриата) : учебно-методическое пособие / Н. Г. Белокопытова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 521 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2750>

Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. /  /
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

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

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, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

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

1.3. 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.

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

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

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

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. 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.

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

3.3. «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: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. [SMART Imagebase](https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741) // 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](http://window.edu.ru/) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. [Российское образование](http://www.edu.ru) : 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.

7.2. Образовательный портал УлГУ. – URL: <http://edu.ulsu.ru>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

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

Согласовано:

зам. н.п.ч. ГИОБ / Ключкова ВВ / 09.06.2020г.
Должность сотрудника УИТиТФИО ФИО Подпись дата

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

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

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

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

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

В случае необходимости использования в учебном процессе частично / исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик Белокопытова Н.Г. доцент Белокопытова Н.Г.

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

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/вы- пускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		17.06. 2021

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

Приложение1

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

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

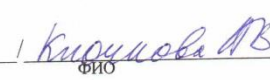
6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. - URL: <http://window.edu.ru/>. - Текст : электронный.

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:

01.06.2021

Должность сотрудника УИТИ

ФИО

подпись

дата