


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



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	<b>Мерчандайзинг</b>
Факультет	Управления
Кафедра	Экономики и предпринимательства (ЭиП)
Курс	5

Направление: 38.03.01 «Экономика» (степень – бакалавр)  
 Направленность (профиль): «Экономика предпринимательства»  
 Форма обучения: очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 01 » сентября 2023 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.



Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ 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
Байгулова Алсу Анваровна	экономики и пред- принимательства	доцент, к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину кафедра ЭиП	Заведующий выпускающей кафедрой кафедра ЭиП
 /Е.В. Рожкова_____/	 /Е.В. Рожкова_____/
Подпись ФИО « 22 » июня 2023 г.	Подпись ФИО « 22 » июня 2023 г.

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

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели освоения дисциплины:** приобретение теоретических знаний и практических умений и навыков в области мерчандайзинга.

**Задачи освоения дисциплины:**

- создание благоприятной атмосферы с целью формирования лояльности покупателей к данной торговой точке;
- формирование ассортиментной политики торгового предприятия;
- содействие продажам товаров и их марок;
- наиболее оптимальное и удобное размещение оборудования, отделов, секций, товаров в сочетании с информационным сопровождением и формирование ситуаций в торговом зале;
- разработка и внедрение рациональной планировки торгового зала и размещения товаров;
- разработка и применение средств и методов мерчандайзинга для продвижения от дельных товаров или их комплексов;
- формирование соответствующего понятийно-категориального аппарата.


## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

«Мерчандайзинг» – дисциплина по выбору части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.08.01).

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для изучения дисциплины: студент должен знать основные понятия, необходимые для изучения экономических дисциплин прикладного характера; уметь оценивать экономическую эффективность; владеть навыками самостоятельной учебной работы.

До изучения данной дисциплины студент должен освоить содержание предшествующих дисциплин (практик), формирующих компетенцию ПК-2 (или ее часть): Управление стартапами в социальном предпринимательстве / Теория и практика предпринимательской конкуренции, Стратегический анализ в предпринимательстве, Логистика, Управление качеством, Экономика товарных рынков / Отраслевая экономика, Ценообразование, Поведение потребителей / Бенчмаркинг, Организация оптовой и розничной торговли, Организация предпринимательской деятельности, Технологическая (проектно-технологическая) практика.

Дисциплина «Мерчандайзинг» изучается в одном семестре дисциплинами: Финансовая безопасность бизнеса, Производственный менеджмент / Организация производства, предшествует прохождению преддипломной практики и ГИА.

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

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

№ п/п	Индекс компе- тенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дис- циплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-2	Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей	базовые концепции мер- чандайзинга в объеме, достаточ- ном для решения задач бизнес- анализа	- выявлять риски в области мер- чандайзинга и раз- рабатывать ком- плекс мероприятий по их минимизации; - проводить оценку эффективности ре- шения в области мерчандайзинга с точки зрения вы- бранных критериев	- методиками выявления, сбора и анализа бизнес- информации для формиро- вания возмож- ных решений в области мер- чандайзинга; - навыками описания воз- можных реше- ний в области мерчандайзин- га


### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 3

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

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – <b>очно-заочная</b> )	
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам
		<b>9</b>
Контактная работа обучающихся с пре- подавателем в соответствии с УП	18/18*	18/18*
Аудиторные занятия:	18/18*	18/18*
лекции	12/12*	12/12*
семинары и практические занятия	6/6*	6/6*
Самостоятельная работа	90	90
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы	тестирование реферат	тестирование реферат
Виды промежуточной аттестации	зачет	зачет
Всего часов по дисциплине	108	108

\* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, в таблице через слэш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения.

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

### 4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения: очно-заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий				
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	Форма текущего контроля знаний
		лекции	практические занятия, семинары			
Тема 1. Введение в дисциплину. Организация службы мерчандайзинга	13	1	2	-	10	тест
Тема 2. Основы потребительских решений	13	1	2	-	10	тест
Тема 3. Основные элементы мерчандайзинга	13	1	2	-	10	тест
Тема 4. Виды выкладки товаров. Перекрестный мерчандайзинг	15	1	2	-	12	тест
Тема 5. Управление потоками. Характеристики торгового зала	13,5	0,5	1	-	12	тест
Тема 6. «Визуальный» и «эмоциональный» мерчандайзинг	13,5	0,5	1	-	12	тест
Тема 7. Цветовые эффекты в мерчандайзинге	13,5	0,5	1	-	12	тест
Тема 8. Световые эффекты в мерчандайзинге	13,5	0,5	1	-	12	тест
Итого	108	6	12	-	90	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### **Тема 1. Введение в дисциплину. Организация службы мерчандайзинга**

Определение, цели, задачи мерчандайзинга. Организация службы мерчандайзинга. Внешние и внутренние мерчандайзеры. Требования к профессиональным компетенциям мерчандайзера.

### **Тема 2. Основы потребительских решений**

Управление поведением потребителей: влияние на выбор покупателей, формирование образа товара, использование психоанализа и бессознательных мотивов покупателей. Рефлексы условные и безусловные. Произвольные и непроизвольные виды внимания. Объем внимания. Устойчивость внимания. Тактика переключения внимания. Восприятие.

### **Тема 3. Основные элементы мерчандайзинга**


Стандарты мерчандайзинга. Точки продаж. POS-материалы. Правила мерчандайзинга: эффективный запас, эффективное расположение, эффективная презентация.

### **Тема 4. Виды выкладки товаров. Перекрестный мерчандайзинг**

Понятие и виды выкладки товаров. Концепции выкладки товаров. Основные правила выкладки. Оптимальный фэйсинг.

Перекрестный мерчандайзинг. Категорийный мерчандайзинг. Коэффициент эффективности размещения товара.

### **Тема 5. Управление потоками. Характеристики торгового зала**

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

Понятие, цели управления потоками. Приемы управления потоками, учитывающие психологические и физиологические особенности людей.

Планограмма торгового зала. Характеристики размеров торговой площади. Внутренняя планировка магазина: сегментация площадей торгового зала, анализ «холодных» и «горячих зон», последовательность размещения отделов и секций в торговом зале, распределение подсобных площадей. Эффективность использования торговой площади.

Торговое оборудование: виды торгового оборудования, их предназначение и размещение.

#### ***Тема 6. «Визуальный» и «эмоциональный» мерчандайзинг***

Особенности визуального восприятия человека. Приемы «визуального» мерчандайзинга. Эмоциональная сторона покупок. Звуковое сопровождение. Аромафон.

#### ***Тема 7. Цветовые эффекты в мерчандайзинге***

Теоретические основы восприятия человеком цвета. Психология и эмоциональное восприятие цвета. Гендерные различия в восприятии цветов.

Определение гармоничных цветов с помощью цветового круга. Уравновешивание цвета. Создание цветowych пятен.

#### ***Тема 8. Световые эффекты в мерчандайзинге***

Понятие освещения. Общее и акцентное освещение. Освещенность. Типы световых ламп, их экономические характеристики.

Цветопередача при искусственном и солнечном свете. Оттенки света: холодный, дневной и теплый. Коэффициент отражения света.

Освещение в примерочных и торговых залах. Особенности освещения различных групп товаров.

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### ***Тема 1. Введение в дисциплину. Организация службы мерчандайзинга***

Форма проведения – дискуссия.

Определение, цели, задачи мерчандайзинга. Организация службы мерчандайзинга. Внешние и внутренние мерчандайзеры. Требования к профессиональным компетенциям мерчандайзера.

### ***Тема 2. Основы формирования потребительских решений***

Форма проведения – семинар.

Управление поведением потребителей: влияние на выбор покупателей, формирование образа товара, использование психоанализа и бессознательных мотивов покупателей. Рефлексы условные и безусловные. Произвольные и непроизвольные виды внимания. Объем внимания. Устойчивость внимания. Тактика переключения внимания. Восприятие.

### ***Тема 3. Основные элементы мерчандайзинга***

Форма проведения – семинар.

Стандарты мерчандайзинга. Точки продаж. POS-материалы. Правила мерчандайзинга: эффективный запас, эффективное расположение, эффективная презентация.

### ***Тема 4. Виды выкладки товаров. Перекрестный мерчандайзинг***


Форма проведения – практическое занятие.

Понятие и виды выкладки товаров. Концепции выкладки товаров. Основные правила выкладки. Оптимальный фэйсинг.

Перекрестный мерчандайзинг. Категорийный мерчандайзинг. Коэффициент эффективности размещения товара.

### ***Тема 5. Управление потоками. Характеристики торгового зала***

Форма проведения – семинар.

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

Понятие, цели управления потоками. Приемы управления потоками, учитывающие психологические и физиологические особенности людей.

Планограмма торгового зала. Характеристики размеров торговой площади. Внутренняя планировка магазина: сегментация площадей торгового зала, анализ «холодных» и «горячих зон», последовательность размещения отделов и секций в торговом зале, распределение подсобных площадей. Эффективность использования торговой площади.

Торговое оборудование: виды торгового оборудования, их предназначение и размещение.

#### **Тема 6. «Визуальный» и «эмоциональный» мерчандайзинг**

Форма проведения – семинар.

Особенности визуального восприятия человека. Приемы «визуального» мерчандайзинга. Эмоциональная сторона покупок. Звуковое сопровождение. Аромафон.

#### **Тема 7. Цветовые эффекты в мерчандайзинге**

Форма проведения – семинар.

Теоретические основы восприятия человеком цвета. Психология и эмоциональное восприятие цвета. Гендерные различия в восприятии цветов.

Определение гармоничных цветов с помощью цветового круга. Уравновешивание цвета. Создание цветowych пятен.

#### **Тема 8. Световые эффекты в мерчандайзинге**

Форма проведения – семинар.

Понятие освещения. Общее и акцентное освещение. Освещенность. Типы световых ламп, их экономические характеристики.

Цветопередача при искусственном и солнечном свете. Оттенки света: холодный, дневной и теплый. Коэффициент отражения света.


Освещение в примерочных и торговых залах. Особенности освещения различных групп товаров.

## **7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

## **8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ**


Индекс компетенции	№	Тематика рефератов	Тема занятия
ПК-2	1.	Методы воздействия на человека: рефлексy, внимание, восприятие.	Тема 2
	2.	Суть и цель использования психоанализа и бессознательных мотивов покупателей.	Тема 2
	3.	Принципы формирования ассортимента товаров	Тема 3
	4.	Способы и принципы выкладки товаров в торговом зале	Тема 4
	5.	Особенности выкладки продовольственных товаров	Тема 4
	6.	Особенности выкладки непродовольственных товаров	Тема 4
	7.	Принципы и подходы к распределению площадей подсобных помещений	Тема 5
	8.	Управление движением покупательского потока	Тема 5
	9.	Особенности визуального и эмоционального восприятия товара покупателем	Тема 6
	10.	Фокусы цвета в мерчандайзинге	Тема 7

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

11.	Фокусы света в мерчандайзинге	Тема 8
12.	Эффективность POS-материалов	Тема 3
13.	Определение товарного запаса в магазине.	Тема 3
14.	Торгово-технологическое оборудование: виды, предназначение, принципы действия	Тема 5
15.	Сегментация площадей торгового зала	Тема 5
16.	Анализ «горячих» и «холодных» зон торгового зала	Тема 5

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

Индекс компетенции	№	Формулировка вопроса	Тема занятия
ПК-2	1.	Определение, цели, задачи мерчандайзинга	Тема 1
	2.	Организация службы мерчандайзинга. Внешние и внутренние мерчандайзеры	Тема 1
	3.	Требования к профессиональным компетенциям мерчандайзера	Тема 1
	4.	Управление поведением потребителей: рефлексы условные и безусловные	Тема 2
	5.	Управление поведением потребителей: произвольные и непроизвольные виды внимания	Тема 2
	6.	Управление поведением потребителей: объем и устойчивость внимания. Тактика переключения внимания.	Тема 2
	7.	Понятие и виды выкладки товаров	Тема 4
	8.	Концепции выкладки товаров	Тема 4
	9.	Понятие, цели управления потоками	Тема 5
	10.	Приемы управления потоками, учитывающие психологические и физиологические особенности людей	Тема 5
	11.	Особенности визуального восприятия человека	Тема 6
	12.	Приемы «визуального» мерчандайзинга	Тема 6
	13.	Эмоциональная сторона покупок	Тема 6
	14.	Звуковое сопровождение	Тема 6
	15.	Аромафон	Тема 6
	16.	Теоретические основы восприятия человеком цвета	Тема 7
	17.	Психология и эмоциональное восприятие цвета. Гендерные различия в восприятии цветов	Тема 7
	18.	Освещение в примерочных и торговых залах. Особенности освещения различных групп товаров	Тема 8
	19.	Стандарты мерчандайзинга	Тема 3
	20.	Точки продаж. POS-материалы	Тема 3
	21.	Правила мерчандайзинга: эффективный запас, эффективное расположение, эффективная презентация	Тема 3
	22.	Основные правила выкладки. Оптимальный фэйсинг.	Тема 4
	23.	Перекрестный мерчандайзинг. Категорийный мерчандайзинг.	Тема 4
	24.	Характеристики размеров торговой площади	Тема 5
	25.	Планограмма торгового зала. Сегментация площадей торгового зала	Тема 5
	26.	Распределение подсобных площадей	Тема 5
	27.	Эффективность использования торговой и подсобной площади	Тема 5

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


	28.	Торговое оборудование: виды торгового оборудования, их назначение и размещение	Тема 5
	29.	Определение гармоничных цветов с помощью цветового круга	Тема 7
	30.	Уравновешивание цвета. Создание цветowych пятен	Тема 7
	31.	Понятие освещения. Общее и акцентное освещение. Освещенность. Типы световых ламп, их экономические характеристики	Тема 8
	32.	Цветопередача при искусственном и солнечном свете. Оттенки света: холодный, дневной и теплый. Коэффициент отражения света	Тема 8

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения: очно-заочная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
Тема 1. Введение в дисциплину. Организация службы мерчандайзинга	проработка учебного материала, написание реферата, подготовка к сдаче зачета	10	проверка реферата зачет
Тема 2. Основы потребительских решений	проработка учебного материала, написание реферата, подготовка к сдаче зачета	10	проверка реферата зачет
Тема 3. Основные элементы мерчандайзинга.	проработка учебного материала, написание реферата, подготовка к сдаче зачета	10	проверка реферата зачет
Тема 4. Виды выкладки товаров. Перекрестный мерчандайзинг	проработка учебного материала, написание реферата, подготовка к сдаче зачета	12	проверка реферата зачет
Тема 5. Управление потоками. Характеристики торгового зала	проработка учебного материала, написание реферата, подготовка к сдаче зачета	12	проверка реферата зачет
Тема 6. «Визуальный» и «эмоциональный» мерчандайзинг	проработка учебного материала, написание реферата, подготовка к сдаче зачета	12	проверка реферата зачет
Тема 7. Цветовые эффекты в мерчандайзинге	проработка учебного материала, написание реферата, подготовка к сдаче зачета	12	проверка реферата зачет
Тема 8. Световые эффекты в мерчандайзинге	проработка учебного материала, написание реферата, подготовка к сдаче зачета	12	проверка реферата зачет



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

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### основная литература

1. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг : учебное пособие для студентов вузов по специальности "Маркетинг" / Парамонова Татьяна Николаевна, И. А. Рамазанов; М-во экон. развития и торговли Рос. Федерации, Рос. гос. торгово-экон. ун-т. - 5-е изд., стер. - Москва : КноРус, 2020. - 143 с.
2. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов ; под редакцией В. Я. Горфинкеля. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-238-01259-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81577.html>

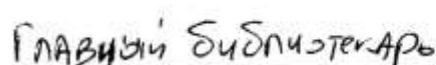
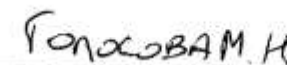

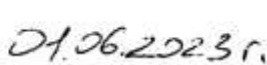
#### дополнительная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : Учебник и практикум для вузов / под общ. ред. Карповой С. В., Мхитаряна С. В. - Москва : Юрайт, 2021. - 396 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/484237>
2. Лифиц Иосиф Моисеевич. Товарный менеджмент : Учебник Для прикладного бакалавриата / Лифиц И. М., Жукова Ф. А., Николаева М. А. - Москва : Юрайт, 2020. - 405 с. - (Бакалавр. Прикладной курс). - URL: <https://urait.ru/bcode/466184>
3. Парамонова Т.Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник / Парамонова Т.Н. - Москва : Дашков и К, 2013. - 284 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020681.html>

#### учебно-методическая

1. Байгулова А. А. Методические указания для подготовки к семинарским (практическим) занятиям и организации самостоятельной работы по дисциплине «Мерчандайзинг» студентов направлений бакалавриата 38.03.01 «Экономика» всех форм обучения / УлГУ, ИЭИБ. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 599 КБ). - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2458>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.

Согласовано:

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. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - 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, [2023].

### **3. Базы данных периодических изданий:**

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

**5. Российское образование** : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

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


СОГЛАСОВАНО:

Шинкев Вадим  
Должность сотрудника УИТИТ

Щуренко ЮВ  
ФИО

Иванов  
подпись

01.06.2023  
дата

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

## 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.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

## 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:



доцент А.А.Байгулова