


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

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ИЭиБ
от «22» июня 2023 г., протокол № 09 / 261
Председатель  И.Б.Романова
«22» июня 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Мерчандайзинг
Факультет	управления
Кафедра:	управления
Курс	2

Программа магистратуры 38.04.02 «Стратегический менеджмент и маркетинг»
Квалификация «магистр»

Форма обучения очная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2023 г.

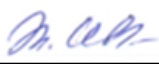
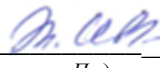
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.


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

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

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Голубева С.А.	Управления (КУ)	доцент, к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой управления, реализующей дисциплину	Заведующий кафедрой управления (выпускающей кафедрой)
 _____ Подпись /Иванова Т.Ю./ ФИО «07»_06_2023 г.	 _____ Подпись /Иванова Т.Ю./ ФИО «07»_06_2023 г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель дисциплины “Мерчандайзинг” - это формирование знаний и развитие компетенций в области современной теории мерчандайзинга и формирование навыков ее практического использования у слушателей магистратуры, обучающихся по направлению 38.04.02 «Стратегический менеджмент и маркетинг»

Задачи дисциплины:


- ❖ ознакомить слушателей магистратуры с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами теории мерчандайзинга;
- ❖ рассмотреть этапы процесса мерчандайзинга;
- ❖ охарактеризовать инструменты, формы, особенности, функции мерчандайзинга;
- ❖ выявить методические особенности мерчандайзинга.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

«Мерчандайзинг» является дисциплиной по выбору вариативной части Рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.02 «Стратегический менеджмент и маркетинг» и имеет код Б1.В.ДВ.01.02

Освоение курса «Мерчандайзинг» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее: иностранный язык в профессиональной деятельности и международной коммуникации, технология самоорганизации личности, современные проблемы менеджмента, теория организации и организационное поведение, методы исследований в менеджменте.


В свою очередь, курс «Мерчандайзинг» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: Маркетинг в отраслях и сферах деятельности, Маркетинг территорий, Рекламные технологии, Бренд-менеджмент, PR-технологии, Психология в маркетинге, Документообеспечение управленческой и маркетинговой деятельности, Статистические методы в маркетинге, Проектная деятельность, Практика по профилю профессиональной деятельности, Преддипломная практика, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-2 - Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга, осуществлять управление маркетинговой деятельностью	<p>ИД-1 ПК- 2 Знать: состав процесса стратегического и оперативного планирования; для осуществления мерчандайзинговой деятельности;</p> <p>ИД-1 ПК- 7 Уметь: анализировать эффективность маркетинговой деятельности, интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций для осуществления мерчандайзинговой деятельности;</p> <p>ИД-1 ПК- 7 Владеть: <ul style="list-style-type: none"> • навыками разработки решений с использованием инструментов комплекса маркетинга для осуществления мерчандайзинговой деятельности </p>

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

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	20	-	20
Аудиторные занятия, в том числе:	20	-	20
лекции	10	-	10
семинары и практические занятия	10	-	10
лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа студента	52	-	52
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы:	Реферат Коллоквиум Контрольная работа	-	Реферат Коллоквиум Контрольная работа
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

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. Методологические основы мерчандайзинга.	13	2	2	-	2	9	Реферат
2. Планирование атмосферы торговой точки.	11	1	1	-	1	7	Контрольная работа
3. Управление ротацией товаров в торговой точке.	11	1	1	-	1	9	Коллоквиум
4. Разработка мерчандайзинговых мероприятий.	13	2	2	-	2	9	Реферат
5. Мерчандайзинг как инструмент стимулирования сбыта.	13	2	2	-	2	9	Контрольная работа
6. Оценка эффективности мерчандайзинга.	13	2	2	-	2	9	Коллоквиум
Итого:	72	10	10	-	10	52	

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

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Методологические основы мерчандайзинга.

Подходы к сущности мерчандайзинга. Субъекты и объекты мерчандайзинговой деятельности, ее цели, задачи, принципы и основные функции. Этапы процесса мерчандайзинга и их характеристики. История становления мерчандайзинга в России и за рубежом.

Тема 2. Планирование атмосферы торговой точки.

Атмосфера торговой точки: содержание, основные признаки и функции. Запахи, проветриваемость, температурный режим, цветовое оформление и др. элементы атмосферы торговой точки, их влияние на процесс продажи товаров\услуг. Эргономические и санитарно-гигиенические требования к атмосфере торговой точки. Правила техники безопасности в торговой точке. Планирование атмосферы торговой точки как фактора, влияющего на покупательное поведение потребителей.

Тема 3. Управление ротацией товаров в торговой точке.

Сущность ротации товаров в торговой точке. Виды ротации товаров. Санитарно-гигиенические требования, предъявляемые к ротации товаров. Экономическое обоснование решений по ротации товаров на полочном пространстве.

Тема 4. Разработка мерчандайзинговых мероприятий.

Содержание мерчандайзингового мероприятия. Мероприятия по стимулированию продаж в торговой точке. Событийный маркетинг в торговой точке. Использование прикассовых зон в торговых точках. Технология работы с POS-материалами в торговых точках. Особенности горизонтальных и вертикальных выкладок товаров.

Тема 5. Мерчандайзинг как инструмент стимулирования сбыта.

Сущность, функции и виды стимулирующего мерчандайзинга. Промо-акции и распродажи в торговых точках. Ценовые методы стимулирования продаж в торговых точках. Особенности разработки программы промо-акции.

Тема 6. Оценка эффективности мерчандайзинга.

Сущность эффективности мерчандайзинга. Показатели эффективности мерчандайзинговых мероприятий и программ. Методы оценки эффективности мерчандайзинга.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Трудоемкость практических и семинарских занятий составляет – 10 часов (по очной форме обучения).

Тема 1. Методологические основы мерчандайзинга.


Форма проведения семинарского занятия - научная дискуссия о сущности мерчандайзинговой деятельности. Обсуждение рефератов по истории становления мерчандайзинга в России и за рубежом.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Какова сущность мерчандайзинговой деятельности?
2. Охарактеризуйте субъекты и объекты мерчандайзинговой деятельности?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Каковы цели, задачи, принципы и основные функции мерчандайзинговой деятельности?
4. Дайте характеристику этапам процесса мерчандайзинга.

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

5. Каковы особенности становления мерчандайзинга в России? В чем состоят сходства и различия истории развития мерчандайзинга в России и за рубежом?

Тема 2. Планирование атмосферы торговой точки.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра выбору модели атмосферы торговой точки.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Каково содержание, основные признаки и функции атмосферы торговой точки?
2. Охарактеризуйте элементы атмосферы торговой точки.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Дайте характеристику санитарно-гигиеническим требованиям к атмосфере торговой точки.
4. Каковы требования техники безопасности и эргономики к атмосфере торговой точки?

Тема 3. Управление ротацией товаров в торговой точке.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра по принятию решений по ротации товаров на полочном пространстве. Коллоквиум по правилам ротации товаров.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Раскройте сущность ротации товаров.
2. Каковы основные этапы ротации товаров на полочном пространстве?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Охарактеризуйте различные приемы ротации товаров.
4. Дайте характеристику санитарно-гигиеническим требованиям к ротации товаров.

Тема 4. Разработка мерчандайзинговых мероприятий.

Форма проведения семинарского занятия – ролевая игра по организации промо-акции в торговой точке. Контрольная работа в форме письменного тестирования по пройденному материалу.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Раскройте содержание мерчандайзингового мероприятия.
2. В чем состоят особенности разработки промо-акции?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Каковы методы неценового стимулирования продаж в торговой точке?
4. Каковы виды POS-материалов?
5. В чем заключаются основные этапы подготовки мерчандайзингового мероприятия?

Тема 5. Мерчандайзинг как инструмент стимулирования сбыта.


Форма проведения семинарского занятия - деловая игра по организации ценовой стимулирующей акции в торговой точке. Обсуждение рефератов о современных тенденциях развития мерчандайзинга в РФ.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Охарактеризуйте стимулирующую роль мерчандайзинга.
2. Какова классификация стимулирующих сбыт мероприятий?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Дайте характеристику этапам разработки мероприятия по стимулированию продаж в торговой розничной точке.
4. Каковы методы стимулирования продажи товаров при розничной торговле?
5. Как «уровень культуры торгового обслуживания» влияет на эффективность мерчандайзинга?

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

Тема 6. Оценка эффективности мерчандайзинга.

Форма проведения семинарского занятия - решение расчетных задач по оценке эффективности мерчандайзинговой деятельности предприятия. Контрольное тестирование студентов.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Каковы основные методы анализа и оценки мерчандайзинговой деятельности предприятия?
2. В чем заключается технология определения затрат и результативности мерчандайзинговой деятельности предприятия?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Охарактеризуйте систему показателей эффективности мерчандайзинга.
4. В чем заключается положительный эффект мерчандайзинга? Каковы возможные причины его снижения?


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. История становления мерчандайзинга в России.
2. История становления мерчандайзинга за рубежом.
3. Мерчандайзинг: понятийный анализ.
4. Атмосфера торговой точки: понятийный анализ.
5. Элементы атмосферы торговой точки.
6. Санитарно-гигиенические требования к атмосфере торговой точки.
7. Правила техники безопасности, предъявляемые к атмосфере торговой точки.
8. Эргономические требования к атмосфере торговой точки.
9. Типология атмосферы торговой точки.
10. Технология разработки атмосферы торговой точки.
11. Цветовые решения в атмосфере торговой точки.
12. Расположение товарных зон в торговой точке.
13. Правило «эффективного треугольника» в мерчандайзинге.
14. Организация прикассовой зоны в торговой точке.
15. Разработка промо-акции.
16. Оценка эффективности промо-акции.
17. Сущность и типология промо-акций.
18. Бюджет промо-акции.
19. POS-материалы: сущность, виды, характеристики, значение.
20. Оценка эффективности использования POS-материалов в торговой точке.
21. Содержание ротации товаров на полочном пространстве.
22. Правила ротации товаров.
23. Санитарно-гигиенические требования к ротации товаров.
24. Оценка эффективности ротации товаров.
25. Роль маркетинговых исследований в оценке эффективности мерчандайзинга.
26. Методы оценки эффективности мерчандайзинга.
27. Горизонтальная выкладка товаров.
28. Вертикальная выкладка товаров.
29. Разработка планограммы.
30. Правило «правой ноги» в мерчандайзинге.
31. Событийный маркетинг и мерчандайзинг.

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

32. Мероприятия по стимулированию продаж в торговой точке.

33. Паллетная выкладка товаров.

34. Роль мотивации персонала торговой точки в мерчандайзинге.

Написание реферата – 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. Объём 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 контрольных работ

1. Планирование атмосферы торговой точки.

2. Мерчандайзинг как инструмент стимулирования сбыта.


Цель написания контрольной работы – выявление уровня знания студентом теоретического материала по соответствующей тематике. Контрольная работа предполагает письменные ответы обучающегося на поставленные вопросы и задания. Контрольная работа может быть проведена в форме группового письменного тестирования с использованием открытых/закрытых вопросов, либо в форме письменного решения заданий, кейс-ситуаций и задач по соответствующей тематике.

8.3. Тематика курсовых работ по дисциплине.

Данный вид работы по дисциплине не предусмотрен учебным планом.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. История становления мерчандайзинга в России и за рубежом.
2. Сущность, функции, цели и задачи мерчандайзинг.
3. Атмосфера торговой точки: понятийный анализ. Элементы атмосферы торговой точки.
4. Типология атмосферы торговой точки.
5. Технология разработки атмосферы торговой точки.
6. Санитарно-гигиенические требования к атмосфере торговой точки.
7. Правила техники безопасности, предъявляемые к атмосфере торговой точки.
8. Эргономические требования к атмосфере торговой точки.
9. Сущность и типология промо-акций.
10. Разработка промо-акции.
11. Бюджет промо-акции и оценка его эффективности.
12. POS-материалы: сущность, виды, характеристики, значение.
13. Оценка эффективности использования POS-материалов в торговой точке.
14. Горизонтальная и вертикальная выкладка товаров.
15. Паллетная выкладка товаров.
16. Разработка планограммы.
17. Правило «эффективного треугольника» в мерчандайзинге.
18. Содержание ротации товаров на полочном пространстве.
19. Правила ротации товаров.
20. Санитарно-гигиенические требования к ротации товаров.
21. Оценка эффективности ротации товаров.


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

22. Методы оценки эффективности мерчандайзинга.
23. Роль маркетинговых исследований в оценке эффективности мерчандайзинга.
24. Организация прикассовой зоны в торговой точке.
25. Правило «правой ноги» в мерчандайзинге.
26. Мероприятия по стимулированию продаж в торговой точке.

10.САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1.Методологические основы мерчандайзинга.	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы на закрепление знаний	9	Проверка ответов на вопросы
2. Планирование атмосферы торговой точки.	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы на закрепление знаний;	7	Проверка ответов на вопросы
3. Управление ротацией товаров в торговой точке.	Проработка учебного материала, выполнение заданий по теме	9	Проверка выполнения заданий
4. Разработка мерчандайзинговых мероприятий.	Проработка учебного материала, таблично-аналитические задания по теме	9	Проверка ответов на таблично-аналитические задания по теме
5. Мерчандайзинг как инструмент стимулирования сбыта.	Проработка учебного материала, решение кейс-задач по теме	9	Проверка решений кейсов по теме
6. Оценка эффективности мерчандайзинга.	Проработка учебного материала, составление конспекта по теме	9	Проверка конспекта

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

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019>

2. Домнин, В. Н. Брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

дополнительная литература:

1. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511247>


2. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531182>

Учебно-методическая

1. Мерчандайзинг: методические рекомендации для подготовки к семинарским (практическим) занятиям и организации самостоятельной работы студентов по направлению магистратуры 38.04.02 «Менеджмент» / С. А. Голубева ; УлГУ, Ин-т экономики и бизнеса. - 2023. - 16 с. - Неопубликованный ресурс. - URL:<http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/15313>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.

Согласовано:

Гл. библиотекарь / Голосова М.Н. 

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

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

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

СОГЛАСОВАНО:

Иванов Вадим

Должность сотрудника УИТиТ

Иуренко ЮВ


ФИО

Иванов

подпись

01.06.2023

дата

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

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе, указывается в соответствии со сведениями о материально-техническом обеспечении и оснащённости образовательного процесса, размещёнными на официальном сайте УлГУ в разделе «Сведения об 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.

Разработчики программы дисциплины:
к.э.н, доцент кафедры управления ИЭиБ
ФГБОУ ВО «УлГУ»



Голубева С.А.