


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	Правовое регулирование маркетинговой деятельности
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: «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
Решетова Лиля Владимировна	управления	К.э.н., доц..

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой управления
(/  Иванова Т.Ю. ___ / Подпись ФИО «07» 06 2023 г.

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование навыков использования законодательства при решении практических задач, возникающих в процессе осуществления маркетинговой деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- освоение навыков работы с научной юридической литературой;
- ознакомление с методикой анализа правовых норм;
- получение представления о практических проблемных правовых ситуациях, возникающих в ходе маркетинговой деятельности, и вариантах их решения;
- приобретение навыков составления правовых документов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП


Дисциплина «Основы научных исследований» (Б1.О.15) является обязательной частью ОПОП по направлению подготовки Дисциплина «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» (Б1 В02) является обязательной частью ОПОП. Читается во 2-ом семестре 1-го курса студентам очной формы и основывается на входных знаниях студента, полученных при изучении дисциплин: Современные проблемы менеджмента, Теория организации и организационное поведение, а также на знаниях полученных в ходе прохождения Практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении дисциплин: Коммерческая деятельность, Мерчендайзинг, Бизнес-курс "Корпорация", а также при защите выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, при прохождении Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Преддипломной практики и при Подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-2 Способность разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга,	ИД-1ПК-2 Знать технологии разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга, осуществления управления маркетинговой деятельностью ИД-2ПК-2 Уметь применять технологии разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга, осуществления управления маркетинговой деятельностью ИД-3ПК-2

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

осуществлять управление маркетинговой деятельностью	Владеть технологиями разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга, осуществления управления маркетинговой деятельностью
ПК-3 Способность осуществлять стратегическое управление рисками организации	ИД-1ПК-3 Знать технологии стратегического управления рисками организации ИД-2ПК-3 Уметь применять технологии стратегического управления рисками организации ИД-3ПК-3 Владеть технологиями стратегического управления рисками организации.

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

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


4.2. по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очная)	
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам
		2
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	28	28
Аудиторные занятия:		
лекции	14	14
практические и семинарские занятия	14	14
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	44	44
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, устный опрос	Тестирование, устный опрос
Курсовая работа	–	–
Виды 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 и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий			Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме	
		лекции	практические занятия,		
				Самостоятельная работа	


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

			семинар			
1. Общие положения взаимодействия права и маркетинга	13	2	2	2	9	Тестирование, устный опрос
2. Правовое положение потребителя	13	2	2	2	9	Тестирование, устный опрос
3. Правовое регулирование конкурентной среды	13	2	2	2	9	Тестирование, устный опрос
4. Правовое регулирование получения и исследования информации	17	4	4	2	9	Тестирование, устный опрос
5. Правовое обеспечение товарной политики	17	4	4	2	8	Тестирование, устный опрос
Итого	72	14	14	10	44	

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. Общие положения взаимодействия права и маркетинга

Понятие права. Право и экономика. Сферы применения права в маркетинговой деятельности. Понятие предпринимательской деятельности. Предпринимательская деятельность граждан. Правовые отношения как элемент внешней среды маркетинга. Внутрифирменные документы как элемент внутренней среды маркетинга. Организация договорной работы в деятельности юридического лица. *Субъекты маркетинговой деятельности*. Взаимодействие права и маркетинга: определение правового статуса субъекта маркетинговой деятельности, его прав и обязанностей; взаимоотношение субъекта с другими участниками рыночной сферы (в т.ч. с государством); установление внутрифирменного порядка управления, планирования, организации, получения информации, применении комплекса маркетинга. *Правовая охрана собственности*. Источники права. *Кодексы Международной Торговой палаты, регулирующие*

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

маркетинговую деятельность.

Тема 2. Правовое положение потребителя

Законодательство о защите прав потребителей. Исторический анализ отечественного и зарубежного законодательства о защите прав потребителей. *Федеральные законы РФ, регулирующие рыночные отношения в области добросовестной деловой практики и защиты право потребителей.* Сфера действия закона «О защите прав потребителей». Структура данного закона. Основные понятия в области законодательства о защите прав потребителей: потребитель, изготовитель, исполнитель, продавец, существенный недостаток товара, безопасность товара, стандарт. Права потребителя, определенные в законе «О защите прав потребителей». Государственная и общественная защита прав потребителей. *Ответственность субъектов маркетинговой деятельности за соблюдение норм добросовестной коммерческой практики.* Полномочия федерального антимонопольного органа и федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг); органов местного самоуправления. Общественные объединения потребителей. Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей.

Тема 3. Правовое регулирование конкурентной среды


Конкуренция как фактор внешней среды маркетинга. *Правовые отношения субъектов маркетинговой деятельности с органами государственной власти и управления.* Понятие антимонопольного законодательства. *Федеральные законы РФ, регулирующие рыночные отношения в области конкуренции и антимонопольной деятельности.* Цели закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и сфера его применения. Субъекты антимонопольного законодательства. Основные понятия: товар, товарный рынок, конкуренция. Понятие монополистической деятельности. Условия, характеризующие положение хозяйственного субъекта. Признаки доминирования. Формы недобросовестной конкуренции. Типы соглашений между хозяйствующими субъектами, ограничивающими конкуренцию. Определение границ (продуктовых, географических) рынка. Структура рынка. Барьеры выхода на рынок. Взаимозаменяемый товар с точки зрения покупателей и производителей. Правовое регулирование естественных монополий. Ответственность за нарушение российского антимонопольного законодательства. Антимонопольная служба: задачи и полномочия. Государственный Реестр объединений и предприятий-монополистов. Зарубежное антимонопольное законодательство. Основы и принципы антитрестовского законодательства США. Объекты регулирования в США. Антимонопольное законодательство Западной Европы (Франции, Германии) и Восточной Европы (Польши, Венгрии). Правила конкуренции, установленные Римским договором о создании ЕЭС. Особенности взаимодействия государства и бизнеса в Японии.

Тема 4. Правовое регулирование получения и исследования информации

Информация — сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от их представления. Информация как объект гражданских правоотношений. Основные понятия в области правового регулирования получения и исследования информации: документированная информация, информационные ресурсы, персональные данные, конфиденциальная информация. Коммерческая и служебная тайна: понятие и виды. Методы получения информации. Условия сохранности коммерческой тайны. Средства защиты коммерческой тайны. Служба безопасности организации. Договор возмездного оказания услуг как юридическое оформление процесса получения информации. Виды договора возмездного оказания услуг. Объекты интеллектуальной собственности. Авторское право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита авторских прав. Патентное право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита патентных прав.

Тема 5. Правовое обеспечение товарной политики

Понятие товара как категории маркетинга и его виды (собственно товар и услуги).

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

Законодательство, определяющее правовой статус товара. Законодательство, обеспечивающее безопасность и уровень качества товара. Закон РФ «О стандартизации»: основные понятия. Закон РФ «О сертификации продукции и услуг»: основные понятия, сертификат и знаки соответствия, виды сертификации. Правила и порядок проведения сертификации в Российской Федерации. *Федеральные законы РФ, регулирующие рыночные отношения в области товарных знаков.* Товарный знак: понятие и функции. Правовая охрана товарного знака. Виды товарного знака. Субъекты товарного знака. Исключительное право владельца товарного знака. Использование товарного знака. Договор об уступке товарного знака. Лицензионный договор. Договор франшизы. Наименование места происхождения товара и его правовая охрана. Использование наименования места происхождения товара. Регистрация и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Общие положения взаимодействия права и маркетинга

Семинарское занятие предусматривает устный индивидуальный опрос по теме. **Семинар в интерактивной форме (2 часа).**

Форма проведения – дискуссия, деловая игра.

Вопросы для обсуждения.

1. Сферы применения права в маркетинговой деятельности.
2. Понятие предпринимательской деятельности, её виды.
3. Правовые отношения как элемент внешней среды маркетинга.
4. Организация договорной работы в деятельности юридического лица.
5. Определение правового статуса субъекта маркетинговой деятельности
6. Предпринимательская деятельность граждан
7. Предпринимательская деятельность юридических лиц

Задание для самостоятельной работы:

В рамках подготовки к семинару составить обзор научно-исследовательской литературы по данной теме (ресурсы библиотеки, Интернет-ресурс). По ряду статей (не менее 5) представить письменные данные:

- автор, название статьи, название журнала, номер, год издания;
- краткая аннотация статьи (0,5 – 1 стр.);
- обоснование выбора конкретной статьи для использования в семинаре для обсуждения (0,5 стр).

Тема 2. Правовое положение потребителя


Семинар в интерактивной форме (2 часа).

Форма проведения – дискуссия, деловая игра.

Самостоятельная работа студентов по изучению темы предполагает составление опорного конспекта и сводной таблицы по теме.

Вопросы для отражения в задании:

1. Законодательство о защите прав потребителей.
2. Основные понятия в области законодательства о защите прав потребителей: потребитель, изготовитель, исполнитель, продавец, существенный недостаток товара, безопасность товара, стандарт.

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

3. Права потребителя, определенные в законе «О защите прав потребителей».
4. Государственная и общественная защита прав потребителей.
5. Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей.

Задание для самостоятельной работы:

В рамках подготовки к семинару составить обзор научно-исследовательской литературы по данной теме (ресурсы библиотеки, Интернет-ресурс). По ряду статей (не менее 5) представить письменные данные:

- автор, название статьи, название журнала, номер, год издания;
- краткая аннотация статьи (0,5 – 1 стр.);
- обоснование выбора конкретной статьи для использования в семинаре для обсуждения (0,5 стр).

**Тема 3. Правовое регулирование конкурентной среды
Семинар в интерактивной форме (2 часа).**

Форма проведения – дискуссия, деловая игра.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие антимонопольного законодательства.
2. Субъекты антимонопольного законодательства.
3. Понятие монополистической деятельности.
4. Правовое регулирование естественных монополий.
5. Ответственность за нарушение российского антимонопольного законодательства.
6. Антимонопольная служба: задачи и полномочия.

Задание для самостоятельной работы:

В рамках подготовки к семинару составить обзор научно-исследовательской литературы по данной теме (ресурсы библиотеки, Интернет-ресурс). По ряду статей (не менее 5) представить письменные данные:

- автор, название статьи, название журнала, номер, год издания;
- краткая аннотация статьи (0,5 – 1 стр.);
- обоснование выбора конкретной статьи для использования в семинаре для обсуждения (0,5 стр).

**Тема 4. Правовое регулирование получения и исследования информации
Семинар в интерактивной форме (2 часа).**


Форма проведения – дискуссия, деловая игра.

Вопросы для отражения в задании:

1. Информация как объект гражданских правоотношений.
2. Основные понятия в области правового регулирования получения и исследования информации.
3. Коммерческая и служебная тайна: понятие и виды.
4. Объекты интеллектуальной собственности.
5. Авторское право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита авторских прав.
6. Патентное право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита патентных прав.

Задание для самостоятельной работы:

В рамках подготовки к семинару составить обзор научно-исследовательской

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

литературы по данной теме (ресурсы библиотеки, Интернет-ресурс). По ряду статей (не менее 5) представить письменные данные:

- автор, название статьи, название журнала, номер, год издания;
- краткая аннотация статьи (0,5 – 1 стр.);
- обоснование выбора конкретной статьи для использования в семинаре для обсуждения (0,5 стр).

Тема 5. Правовое обеспечение товарной политики Семинар в интерактивной форме (2 часа)

Форма проведения – дискуссия, деловая игра.

Вопросы для обсуждения.

- 1) Законодательство, определяющее правовой статус товара. Законодательство, обеспечивающее безопасность и уровень качества товара.
- 2) Правила и порядок проведения сертификации в Российской Федерации.
- 3) Товарный знак: понятие и функции. Правовая охрана товарного знака.
- 4) Виды товарного знака. Субъекты товарного знака.
- 5) Использование товарного знака.
- 6) Использование наименования места происхождения товара.
- 7) Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.

Задание для самостоятельной работы:

В рамках подготовки к семинару составить обзор научно-исследовательской литературы по данной теме (ресурсы библиотеки, Интернет-ресурс). По ряду статей (не менее 5) представить письменные данные:

- автор, название статьи, название журнала, номер, год издания;
- краткая аннотация статьи (0,5 – 1 стр.);
- обоснование выбора конкретной статьи для использования в семинаре для обсуждения (0,5 стр).

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

8. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ


1. Правовые источники маркетинговой деятельности
2. Конкуренция на рынке
3. Недобросовестная конкуренция
4. Доминирующее и монопольное положение хозяйствующего субъекта на рынке
5. Предприниматель без образования юридического лица
6. Коммерческие организации
7. Некоммерческие организации
8. Полное и коммандитное товарищества
9. Производственный кооператив (артель)

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


10. Общество с ограниченной ответственностью
11. Акционерное общество
12. Структурное подразделение в коммерческой организации
13. Служба маркетинга в коммерческой организации
14. Информационные продукты для бизнеса
15. Понятие и правовые ограничения коммерческой тайны
16. Объекты авторских прав предпринимателя
17. Средства индивидуализации бизнеса
18. Франчайзинг
19. Предпринимательский договор
20. Гражданско-правовая ответственность предпринимателя
21. Договор на выполнение научно-исследовательских работ
22. Договор на выполнение опытно-конструкторских и технологических работ
23. Договоры по передаче прав на товарные знаки, знаки обслуживания и объекты промышленной собственности предпринимателя
24. Договор коммерческой концессии
25. Договор поставки
26. Договор консультационных услуг
27. Договор поручения
28. Договор комиссии
29. Агентский договор
30. Договор доверительного управления имуществом предпринимателя
31. Понятие рекламы
32. Виды рекламы
33. Реклама отдельных видов товаров
34. Особенности рекламы для несовершеннолетних
35. Договор страхования
36. Договор банковского счёта
37. Правила «ИНКОТЕРМС»
38. Заключение договоров на торгах
39. Недобросовестная реклама
40. Цена в возмездных договорах

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
1. Общие положения взаимодействия права и маркетинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно – методического и информационного обеспечения дисциплины, подготовка к практическим занятиям и зачету	9	Обсуждение, зачет

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

2. Правовое положение потребителя	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно – методического и информационного обеспечения дисциплины, подготовка к практическим занятиям и зачету	9	Обсуждение, зачет
3. Правовое регулирование конкурентной среды	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно – методического и информационного обеспечения дисциплины, подготовка к практическим занятиям и зачету	9	Обсуждение, зачет
4. Правовое регулирование получения информации и исследования информации	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно – методического и информационного обеспечения дисциплины, подготовка к практическим занятиям и зачету	9	Обсуждение, зачет
5. Правовое обеспечение товарной политики	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно – методического и информационного обеспечения дисциплины, подготовка к практическим занятиям и зачету	8	Обсуждение, зачет
Итого	-	44	-

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. Морозов Г/Б. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Г. Б. Морозов. - 4-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 457 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/514995>
2. Попова Н/Ф. Правовое регулирование экономической деятельности : учебник для вузов / Н. Ф. Попова ; под редакцией М. А. Лапиной. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 307 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/531173>

Дополнительная литература

1. Предпринимательское право. Правовое регулирование отдельных видов предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Г. Ф. Ручкина [и др.] ; под редакцией Г. Ф. Ручкиной. - 4-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 553 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/520114>
2. Коммерческое право : учебник для вузов / Е. А. Абросимова [и др.] ; под общей редакцией Е. А. Абросимовой, В. А. Белова, Б. И. Пугинского. - 6-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 590 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510850>
3. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина, Н. А. Машкина. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 455 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510642>
4. Белов В/А. Гражданское право в 2 т. Том 1. Общая часть : учебник для вузов / В. А. Белов. - Москва : Юрайт, 2023. - 451 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/512563>

Учебно-методическая литература

1. Хаймурзина Н.З. Методические указания для самостоятельной работы студентов магистратуры по направлению «Менеджмент» по дисциплине «Правовое регулирование маркетинговой деятельности» / УлГУ, ИЭиБ. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 577 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2783>


Согласовано:

Главный библиотекарь
отдела обслуживания ИЭиБ
научной библиотеки УлГУ

 / Голосова М.Н. / « 01 » 06 2023 г.

б) Программное обеспечение:

Форма

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

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

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://ura.it.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. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.7. 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:

Ведущий инженер / Шуренко Ю.В. /  / 01.06.2023
Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

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

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации представляют собой учебные аудитории, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета

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



подпись

доцент

должность

Решетова Л.В.

ФИО

14. 10. 2023