



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "Организация и управление маркетинговой деятельностью предприятия в отраслях и сферах деятельности" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 "Менеджмент" направленности (профилю) Цифровой маркетинг ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 1

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

**Организация и управление маркетинговой деятельностью предприятия в отраслях
и сферах деятельности**

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

Цифровой маркетинг

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очно-заочная

Год(ы) набора 2024

***Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Челябинск 2024 г.



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – формирование профессиональных знаний по изучению рациональной организации коммерческих процессов для наиболее эффективного выполнения, внутренней упорядоченности, взаимодействия и согласованности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.1.1.07

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Дисциплина логически связана с рядом предшествующих дисциплинам, освоение которых формирует входные знания об основах организации коммерческой деятельности на малом предприятия как целостной системы организации предпринимательской деятельности, направленной на решение задач предприятия по организации предложения на рынке товаров и услуг

Разработка управленческих решений

Основы маркетинга

Цифровой маркетинг

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

В процессе освоения дисциплины должны быть приобретены теоретические и практические знания и навыки основ современной разработки и оптимизации товарной и ценовой политики, политики формирования сбыта, средств продвижения товаров и услуг в коммерческой деятельности на малом предприятии

Антикризисное управление

Организация производства и услуг в условиях цифровой экономики

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен подготовить и организовать проведение маркетингового исследования

Знать:

особенности как подготовить и организовать проведение маркетингового исследования в различных сферах экономической деятельности (производство, сфера обслуживания, некоммерческий сектор экономики)

Уметь:

подготовить и организовать проведение маркетингового исследования в различных сферах экономической деятельности (производство, сфера обслуживания, некоммерческий сектор экономики)

Владеть:

навыками как подготовить и организовать проведение маркетингового исследования в различных сферах экономической деятельности (производство, сфера обслуживания, некоммерческий сектор экономики)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- особенности применения инструментов маркетинга в различных отраслях и сферах экономической деятельности
3.2	Уметь:
3.2.1	- формулировать стратегические цели маркетинга на основе глубокого маркетингового анализа внутренней и внешней среды
3.2.2	компания
3.3	Владеть:
3.3.1	- практические навыки разработки комплекса маркетинговых мероприятий по реализации выбранной маркетинговой стратегии



4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	5 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 180	Виды контроля в семестрах: экзамены 8 курсовые работы 8
в том числе :	
аудиторные занятия : 12	
самостоятельная работа : 122,8	
часов на контроль : 36	
контактная работа: 21,2	
ИКР: 9,2	

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Общие и специфические черты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности			
1.1	Общие и специфические черты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности /Лек/	8	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
1.2	Общие и специфические черты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности /Пр/	8	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
1.3	Общие и специфические черты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности /Ср/	8	30	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
	Раздел 2. Промышленный маркетинг			
2.1	Промышленный маркетинг /Лек/	8	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
2.2	Промышленный маркетинг /Пр/	8	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
2.3	Промышленный маркетинг /Ср/	8	30	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
	Раздел 3. Маркетинг в розничной торговле			
3.1	Маркетинг в розничной торговле /Лек/	8	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
3.2	Маркетинг в розничной торговле /Пр/	8	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
3.3	Маркетинг в розничной торговле /Ср/	8	30	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1



Раздел 4. Маркетинг в государственных и общественных организациях				
4.1	Маркетинг в государственных и общественных организациях /Лек/	8	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
4.2	Маркетинг в государственных и общественных организациях /Пр/	8	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
4.3	Маркетинг в государственных и общественных организациях /Ср/	8	32,8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 5. Индивидуальные консультации, текущий контроль				
5.1	Индивидуальные консультации, текущий контроль /ИКР/	8	9,2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Круглый стол - Конспект
Разработка блок-схемы - Блок-схема
Разработка проекта - Проект
Курсовая работа
Вопросы к экзамену, тесты

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Задание 1. Составить конспект на тему "Общие и специфические черты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности"

Вопросы задания:

1. Классификация отраслей и сфер экономической деятельности.
2. Общие принципы маркетинга, характерные для всех отраслей: анализ рынка; комплекс маркетинга; управление маркетингом.
3. Специфические черты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.

Задание 2. Составить конспект на тему "Промышленный маркетинг"

Вопросы задания:

1. Характеристика рынка товаров промышленного назначения.
2. Внешняя и внутренняя среда промышленного маркетинга.
3. Характеристика покупателей на рынке товаров промышленного назначения.
4. Классификация продукции промышленного назначения..

Задание 3. Разработка блок-схемы на тему "Маркетинг в розничной торговле"

Используя теоретико-методологические основы классификации предприятий торговли, разработать и представить блок-схему "Классификация торговых предприятий по виду ассортимента товара и форм торгового обслуживания". Рассмотреть особенности позиционирования розничного торгового предприятия.

Задание 4. Разработка проекта на тему "Маркетинг для государственных и общественных организаций"

Используя теоретико-методологические организации маркетинговой деятельности, разработать и представить проект «Применение инструментов маркетинга в государственном секторе».

Рекомендации для организации работы студента при подготовке к выполнению курсовой работы

Курсовая работа - это самостоятельная творческая работа, цель выполнения которой состоит в приобретении студентами эффективных навыков работы с учебной, методической и научной литературой, закреплении знаний по изучаемому курсу, применении их к решению реальных задач по рациональному управлению предприятиями, а



также выработке конкретных практических рекомендаций по совершенствованию процессов организации коммерческой деятельности.

Качество и содержание курсовой работы позволяет выявить общую теоретическую подготовку студента и уровень владения им специальными знаниями и навыками, необходимыми для эффективного осуществления своей будущей профессиональной деятельности.

Контрольная работа студента должна иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список литературы;

-приложение, в т.ч.: перечень принятых сокращений (при необходимости); перечень принятых терминов (при необходимости).

Указанный перечень определяет последовательность расположения составных частей работы.

Общий объем работы должен составлять примерно 40 - 45 страниц текста, выполненного 14 шрифтом через 1,5 интервала на компьютере.

Во введении обосновывается актуальность темы курсовой работы, показывается ее взаимосвязь с проблемами управления и повышением эффективности менеджмента, определяется цель, объект и предмет исследования, перечисляются задачи, решению которых будет уделено основное внимание при изложении материалов темы. Объем введения – 2-3 страницы.

Теоретическая часть курсовой работы отражает теоретические аспекты темы. При ее написании целесообразно использовать законодательные акты, материалы государственных органов, справочники, журнальные и газетные статьи, другие литературные источники по специальным вопросам. Объем данной части должен составлять 20-25 страниц. Условно теоретическая часть может содержать 2-4 отдельных параграфов.

Практическая часть должна содержать материалы, которые описывают традиционные методы решения задач, вытекающих из цели исследования, поставленной в курсовой работе. При использовании практических материалов в нем приводится экономико-организационная характеристика объекта исследования. Объем второй части – 20-25 страниц. Условно практическая часть может содержать 2-3 отдельных параграфов.

Заключение представляет собой итог выполненного исследования объемом до 3 страниц. В нем приводится краткое содержание курсовой работы и конкретные предложения автора по исследуемой проблеме, которые должны логично вытекать из всего предыдущего материала.

Список использованных источников отражает степень изученности студентом рассматриваемой проблемы. В список литературы включаются не только те источники, на которые в работе имеются библиографические ссылки, но и те, которые вообще были использованы автором при написании темы работы.

Приложение содержит вспомогательные материалы: копии практических документов, громоздкие таблицы и расчеты, первичные и справочные материалы, иллюстрации вспомогательного характера, промежуточные результаты исследования, компьютерные распечатки и др.

Список литературы и приложение не входят в общий объем рукописи.

Все составные части курсовой работы должны быть структурно соразмерны друг другу. Разделы и подразделы, где излагаются основные материалы исследования не должны существенно отличаться друг от друга по объему.

В тексте работы обязательно указываются источники информации, использованные для ее подготовки и написания, и приводятся их список, оформленный в соответствии с библиографическими требованиями.

Иллюстративные и расчетные материалы (таблицы, графики, диаграммы) приводятся либо в основном тексте, либо выделяются в специальный раздел и помещаются в приложение.

Курсовая работа должна быть представлена руководителю для рецензирования не позднее установленного срока.

Примерные темы курсовых работ по дисциплине «Организация и управление маркетинговой деятельностью предприятия в отраслях и сферах деятельности»

1. История и современность развития управленческой мысли мирового и отечественного маркетинга.
2. Взаимодействие внешней и внутренней среды: составляющие внешней и внутренней среды, микросреды, макросреды.
3. Конкурентные преимущества - сущность и виды. Концепция конкурентного соперничества.
4. Общие принципы маркетинга, характерные для всех отраслей и сфер деятельности.
5. Классификация отраслей и сфер деятельности.
6. Специфические черты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.
7. Ярмарки и выставки в современном маркетинге.
8. Понятие услуги, их отличие от товаров. Классификация услуг.
9. Продвижение в комплексе маркетинга услуг, факторы, влияющие на выбор его элементов.
10. Распределение в сфере услуг, основные варианты каналов сбыта, сбытовые стратегии.



11. Отличительные особенности промышленного маркетинга.
12. Природа промышленных рынков и их характеристика.
13. Организация службы маркетинга на промышленном предприятии.
14. Функции маркетинга на промышленном предприятии.
15. Сущность маркетинговой деятельности на промышленном предприятии.
16. Понятие потребительского рынка и индивидуального покупателя.
17. Индустриальный покупатель: понятие, особенности.
18. Модель потребительского поведения индивидуального покупателя.
19. Основные факторы, влияющие на покупателей товаров производственно-технического назначения.
20. Особенности принятия решения о закупке товаров промышленного назначения.
21. Модели покупательского поведения организаций.
22. Маркетинговая среда фирм-производителей товаров производственно-технического назначения.
23. Различия маркетинговых исследований на потребительских и промышленных рынках.
24. Сегментирование промышленного рынка.
25. Особенности позиционирования товаров промышленного назначения и промышленных компаний.
26. Сущность и отличительные особенности системы сбыта промышленных товаров.
27. Отличительные особенности промышленных посредников.
28. Особенности промышленных коммуникаций.
29. Особенности комплекса маркетинга на промышленных предприятиях.
30. Персональные продажи, как центральная составляющая промышленных коммуникаций.
31. Роль рекламы в промышленных коммуникациях.
32. Специфика стратегии и управление маркетингом на промышленном предприятии.
33. Модель маркетинга отношений на рынке услуг.
34. Принципы и теории разработки и усовершенствования продукта в маркетинге услуг.
35. Различия между промышленным и потребительским маркетингом.
36. Особенности маркетинга в торговле.
37. Маркетинговое значение розничной торговли.
38. Значение факторов маркетинговой макросреды в сфере торговли.
39. Основные принципы сегментирования потребительского рынка в розничной торговле.
40. Основные маркетинговые проблемы в розничной торговле.
41. Классификация магазинов розничной торговли и типов розничной продажи.
42. Основные тенденции развития розничной торговли на современном этапе.
43. Особенности позиционирования розничного торгового предприятия.
44. Принципы формирования товарного ассортимента розничного магазина.
45. Товары импульсивной покупки и их значение для розничного магазина.
46. Основные методы ценообразования в розничной торговле.
47. Ценовые стратегии, применяемые в торговле.
48. Маркетинговые приемы обеспечения ценовой привлекательности товара в розничной торговле.
49. Средства маркетинговых коммуникаций в управлении государственными и муниципальными проектами.
50. Брендинг и ребрендинг в деятельности предприятия.
51. Организация маркетинговых коммуникаций с ключевыми группами населения.
52. Трактовка понятия и принципов социального маркетинга.
53. Специфика маркетинговых исследований в реализации проектов в публичном секторе экономики.
54. Концепция, методология и современный рынок паблик рилейшнз.
55. Роль и место паблик рилейшнз в маркетинговой деятельности.
56. Особенности маркетинга на рынке интеллектуального продукта.
57. Особенности маркетинга в малом бизнесе.
58. Особенности применения партизанского маркетинга.
59. Электронный бизнес и маркетинг.

В течение всего семестра для студентов проводится консультация. На консультацию приглашаются студенты, по вопросам связанным с освоением материала дисциплины. Сроки проведения консультации в соответствии с графиком, можно уточнить на кафедре менеджмента.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Перечень вопросов для самоподготовки к экзамену

1. Общие принципы маркетинга, характерные для всех отраслей и сфер деятельности.
2. Классификация отраслей и сфер деятельности.



3. Специфические черты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.
4. Понятие услуги, их отличие от товаров.
5. Классификация услуг.
6. Отличительные особенности промышленного маркетинга.
7. Природа промышленных рынков и их характеристика.
8. Отличительные особенности потребности организации в товарах производственно-технического назначения.
9. Характеристика промышленного потребителя.
10. Основные факторы, влияющие на покупателей товаров производственно-технического назначения.
11. Особенности принятия решения о закупке товаров промышленного назначения.
12. Модели покупательского поведения организаций.
13. Маркетинговая среда фирм-производителей товаров производственно-технического назначения.
14. Различия маркетинговых исследований на потребительских и промышленных рынках.
15. Сегментирование промышленного рынка.
16. Особенности позиционирования товаров промышленного назначения и промышленных компаний.
17. Сущность и отличительные особенности системы сбыта промышленных товаров.
18. Отличительные особенности промышленных посредников.
19. Персональные продажи, как центральная составляющая промышленных коммуникаций.
20. Маркетинговое значение розничной торговли.
21. Основные маркетинговые проблемы в розничной торговле.
22. Классификация магазинов розничной торговли и типов розничной продажи.
23. Основные тенденции развития розничной торговли на современном этапе.
24. Значение факторов маркетинговой макросреды в сфере розничной торговли.
25. Основные принципы сегментирования потребительского рынка в розничной торговле.
26. Особенности позиционирования розничного торгового предприятия.
27. Категории потребителей в розничной торговле.
28. Принципы формирования товарного ассортимента розничного магазина.
29. Товары импульсивной покупки и их значение для розничного магазина.
30. Типичные услуги, которые может оказывать розничный магазин.
31. Роль и значение магазинов, ориентированных на дискаунтный формат.
32. Эффект создания собственной торговой марки розничного магазина.
33. Основные методы ценообразования в розничной торговле.
34. Ценовые стратегии, применяемые в розничной торговле.
35. Место и роль мерчандайзинга в организации розничной торговли.
36. Принципы и теории разработки и усовершенствования продукта в маркетинге государственных и общественных услуг.
37. Денежные и неденежные стимулы и антистимулы в маркетинге государственных и общественных организаций.
38. Брендинг в государственном и общественном секторе.
39. Развитие маркетинга отношений для государственных и общественных организаций.
40. Особенности сегментирования рынка услуг, оказываемых государственными и общественными организациями.

Тестовые вопросы для промежуточной аттестации:

1. Принцип классификации по ... заложен в Общероссийский Классификатор услуг населению:
 1. конечному пользователю услуг
 2. отраслям
 3. отношению к спросу
2. Метод маркетинговых исследований, применяемый только при проведении исследований для сферы услуг:
 1. экспертных оценок
 2. критических событий
 3. математико-прогностический
3. Ценные взаимоотношения – это отношения с ... , которые финансово прибыльны для фирмы и которые потребитель считает выгодными.
 1. потребителями
 2. посредниками
 3. производителями услуг
4. Не ценовое стимулирование продаж ...
 1. удерживает клиентов, делая их постоянными



2. привлекает различные социальные группы
3. вызывает сомнение в отношении качества
5. Цель функционирования маркетинговой информационной системы
 1. сбор и анализ жалоб, предложений и комментариев потребителей
 2. отбор источников информации
 3. предоставление информации с заданными свойствами
6. Направление маркетинговых исследований для сферы услуг, которому уделяется наибольшее внимание
 1. определение стратегий
 2. удовлетворенность и лояльность клиента
 3. установление цены
7. Экономическая функция сферы услуг — деятельность, направленная на ...
 1. создание дополнительных благ в сфере материальных услуг
 2. обеспечение безопасности и функционирования государства
 3. увеличение прибыли
8. Двухсторонний маркетинг предполагает маркетинговое взаимодействие между ...
 1. потребителями услуги и работниками сервисной организации
 2. дирекцией фирмы и работником
 3. клиентами сервисной организации
9. Функции сферы услуг делятся на ...
 1. демографические
 2. географические
 3. социальные
10. Внедрение высокой культуры обслуживания относится к ... маркетингу.
 1. внешнему
 2. внутреннему
 3. смешанному
11. Изучение потребностей и предпочтений клиентов каждого сегмента — это ...
 1. функция сферы услуг
 2. функция маркетинга в сфере услуг
 3. классификация услуг
12. Виды информации, которые могут быть использованы при сборе первичных данных
 1. информация отраслевых специализированных журналов
 2. результаты интервьюирования покупателей в предприятиях розничной торговли
 3. информация о результатах производственной и финансовой деятельности предприятий-производителей, публикуемая в различных справочных изданиях
13. Характерная черта стратегии концентрированного маркетинга
 1. привлечение всех клиентов без проведения сегментации
 2. фирма сегментирует клиентов и привлекает несколько сегментов
 3. фирма работает с одним сегментом
14. Набор источников и методических приемов, посредством которых руководители получают повседневную информацию о событиях, происходящих в коммерческой среде, входит в ...
 1. систему сбора внешней информации
 2. собственную систему маркетингового исследования
 3. систему анализа информации
15. Наличие фирменного стиля в комплексе маркетинга относится к ...
 1. коммуникациям
 2. материальным свидетельствам
 3. процессу
16. Социальная функция сферы услуг



1. удовлетворение потребностей населения в различных видах обслуживания, обеспечение снижения затрат, улучшение условий труда в домашних хозяйствах, рациональное использование высвобожденного времени
 2. обслуживание процесса производства материальных благ, создание дополнительных материальных благ путем производства на заказ предметов длительного пользования
 3. деятельность, направленная на создание дополнительных благ в форме материальных услуг, а также деятельность обслуживающая процесс материального производства
17. Маркетинговая информационная система – это ...
1. совокупность отраслей, функциональное назначение которых в системе общественного производства выражается в производстве и реализации благ для населения
 2. совокупность постоянно функционирующих приемов и ресурсов для сборов, классификации, анализа, оценки и распространения актуальной информации с целью ее использования для принятия эффективного маркетингового решения
 3. система, основанная на использовании различных методов, комбинация которых помогает с выгодой использовать сильные стороны и компенсировать слабые
18. Факторы, влияющие на снижение лояльности клиента
1. завышенная цена на услугу
 2. неудовлетворенность покупателя
 3. навязчивая реклама
19. К рынку продовольственного сервиса относят:
1. основные формы массового питания
 2. свежее и охлажденное мясо, молочные продукты
 3. мукомольно-крупяную и сахарную продукцию
20. Услуги по ремонту оборудования и техники относят:
1. к профессиональным
 2. к производственным
 3. к потребительским

6.4. Критерии оценивания

При успешном (удовлетворительном) усвоении дисциплины и получении итоговой оценки - критериальный показатель – экзамен.

Критерии экзаменационных оценок для промежуточной аттестации:

«Отлично» - студент обнаруживает систематические и глубокие знания по темам дисциплины; владеет материалами основной и дополнительной литературы, рекомендованной программой курса; глубоко понимает взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии; умеет связать теоретические основы методологии науки с процессом исследования; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

«Хорошо» - студент обнаруживает полное знание по темам дисциплины и основных категорий курса; владеет материалами основной литературы, рекомендованной программой курса; показывает систематический характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы, исследовательской и профессиональной деятельности.

«Удовлетворительно» - студент обнаруживает знания основного учебного материала по темам дисциплины, необходимым для дальнейшей учебы, научно-исследовательской деятельности и предстоящей работы по специальности; понимает и умеет определить основные категории курса; знаком с основной литературой, рекомендованной программой.

«Неудовлетворительно» - студент обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в трактовке основных концепций и категорий курса, не понимает специфику количественных и качественных методов, фундаментальных и прикладных исследований.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций для тестирования:

Неудовлетворительно (0-2 балла) - % выполненных заданий	менее 61
Удовлетворительно(3-5 баллов) - % выполненных заданий	61-75
Хорошо (6-8 баллов) - % выполненных заданий	76-90
Отлично (9-10 баллов) - % выполненных заданий	91-100

Показатели и критерии оценивания компетенций для текущей аттестации:



Круглый стол (дискуссия) - критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он полно усвоил учебный материал; проявляет навыки анализа, обобщения, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения; продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;
- оценка «хорошо» ставится, если: в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание выступления; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации;
- оценка «удовлетворительно» ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; студент не может применить знание теории в процессе дискуссии;
- оценка «неудовлетворительно» ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; при ответе на вопросы обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы компетенции, умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

Разработка блок-схемы - критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он свободно владеет понятийным аппаратом, умеет использовать его при анализе заявленной проблемы; демонстрирует знание и свободное владение фактическим материалом в защите представленной блок-схемы; логичность и последовательность в демонстрации материала;
- оценка «хорошо» ставится, если: владеет понятийным аппаратом, но при использовании его допускает неточности; незначительные неточности в изложении фактического материала; испытывает отдельные затруднения в логичности и последовательности демонстрации материала;
- оценка «удовлетворительно» ставится, если: знает содержание понятий, но допускает ошибки в их использовании; испытывает затруднения в изложении фактического материала; испытывает значительные трудности при анализе фактического материала и формировании решения проблем; материал в значительной степени излагается бессистемно и с нарушением логических связей;
- оценка «неудовлетворительно» ставится, если: не владеет основными понятиями по предмету; отсутствие логики в демонстрации материала; фактический материал не соответствует заданию.

Деловая ситуация (деловая игра) - критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент легко ориентируется в содержании деловой ситуации выбранной по теме учебного материала, свободно пользуется понятийным аппаратом, обладает умением связывать теорию с практикой, решать практические задачи, высказывать и обосновывать свои суждения; предполагает грамотное, логическое изложение своей позиции; поведение игрока естественное, речь уверенная, в ходе игры использует наглядные материалы (реквизит, слайды);
- оценка «хорошо» ставится, если студент в ходе игры демонстрирует полное освоение теоретического материала, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает свою позицию, но содержание, форма ответов и комментариев имеют отдельные неточности;
- оценка «удовлетворительно» ставится, если студент в ходе участия в деловой игре обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических задач, не умеет доказательно обосновать свои суждения;
- оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач.

Разработка проекта - критерии оценки:

- оценка «отлично» - проектная работа соответствует цели и отвечает на проблемные вопросы; проведены коллективные обсуждения в ходе работы над проектом; результаты работы, представленные при помощи компьютерных средств, оформлены в соответствие с правилами; устное выступление участника логично; выступление подкреплено презентацией или публикацией; в ходе устного выступления даны ответы на все дополнительные вопросы аудитории;



- оценка «хорошо» - проектная работа соответствует цели и отвечает на некоторые проблемные вопросы; проведены коллективные обсуждения в ходе работы над проектом; результаты работы, представленные при помощи компьютерных средств, содержат незначительные ошибки в оформлении; устное выступление участника логично, присутствуют незначительные грамматические и лексические ошибки, не мешающие пониманию материала; выступление частично подкреплено презентацией или публикацией; в ходе устного выступления даны ответы на некоторые вопросы аудитории;

- оценка «удовлетворительно» - проектная работа не совсем точно отражает цель проекта и его проблемные вопросы; участник проекта провел коллективное обсуждение в ходе работы над проектом; результаты работы, представленные при помощи компьютерных средств, оформлены с грубыми нарушениями правил; устное выступление участника не всегда логично, присутствуют грамматические и лексические ошибки, которые затрудняют понимание; выступление подкреплено не достаточной презентацией; студент затрудняется дать правильные ответы на дополнительные вопросы аудитории;

- оценка «неудовлетворительно» - проектная работа совсем не отражает цель проекта и его проблемные вопросы; участник проекта не провел коллективное обсуждение в ходе работы над проектом; результаты работы, не представлены при помощи компьютерных средств; устное выступление участника не логично, присутствуют грамматические и лексические ошибки, которые затрудняют понимание; выступление происходит без презентации; студент не отвечает на дополнительные вопросы аудитории.

Показатели и критерии оценивания компетенций для курсовой работы:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он полно усвоил учебный материал; проявляет навыки анализа, обобщения, аргументации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения;

- оценка «хорошо» ставится, если: в представленном материале допущены небольшие ошибки, не искажившие содержание контрольной работы;

- оценка «удовлетворительно» ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса; имелись затруднения или допущены незначительные ошибки в оформлении контрольной работы по предъявляемым требованиям;

- оценка «неудовлетворительно» ставится, если: не раскрыто основное содержание по заданию контрольной работы; допущены ошибки в оформлении контрольной работы по предъявляемым требованиям.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.1	Карпова С.В., Ахметшина Л.Г., Балова С.Л., Елисеева Е.Н., Захаренко И.К., Козлова Н.П., Кунанбаева К.Б., Курдюкова Н.О., Меркулина И.А., Русин В.Н., Тюрин Д.В., Харитоновна Т.В., Шаркова А.В., Карпова С.В.	Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности+еПриложение: учебник (https://book.ru/book/946252)	Москва : КноРус, 2023	ЭБС
Л1.2	Бек М. А., Бек Н.Н.	Маркетинг В2В: учебное пособие (https://znanium.com/catalog/document?id=418461)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА- М", 2023	ЭБС
Л1.3	Григорян Е. С.	Маркетинговые коммуникации: учебник (https://znanium.com/catalog/document?id=422206)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА- М", 2023	ЭБС



7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.1	Кибанов А.Я., Дуракова И. Б.	Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учебное пособие (https://znanium.com/catalog/document?id=429978)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024	ЭБС
Л2.2	Токарев Б. Е.	Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата: монография (https://znanium.com/catalog/document?id=431763)	Москва : Издательство "Магистр", 2024	ЭБС

7.1.3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л3.1	Секерин В.Д.	Инновационный маркетинг: учебник (https://znanium.com/catalog/document?id=431110)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024	ЭБС
Л3.2	Наумов В.Н., Шубаева В. Г.	Стратегическое взаимодействие рыночных субъектов в маркетинговых системах: монография (https://znanium.com/catalog/document?id=432332)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	1. Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. – URL: http://e.lanbook.com/ . 2. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО ДиректмедиаПаблицинг. – URL: http://biblioclub.ru/ . 3. Юрайт [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. – URL: https://biblio-online.ru . 4. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – URL: http://znanium.com/ . 5. BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство КноРус. – URL: https://www.book.ru/ . 6. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон.б-ка. – URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp .
----	---

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

MS Office365

Adobe Reader

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. Электронный каталог научной библиотеки ЧелГУ [Электронный ресурс] : база данных / Челяб. гос. ун-т. – Челябинск, 1992.

2. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : справочно-правовая система : база данных / Регион.центр правовой информ. Информправо.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для реализации дисциплины используются 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.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения с возможностью использования переносного мультимедийного оборудования (экран, ноутбук, проектор, колонки).



Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий для демонстрации слайдовых презентаций. Мультимедийное сопровождение лекционных занятий обеспечивается видеопрезентациями и видеокейсами из медиатеки методического кабинета факультета управления.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета для проведения тестирования в программе Moodle.

Наличие систем Wi-Fi во 2-ом и 4-ом учебных корпусах позволяет использовать интерактивные методы ведения занятий с использованием Интернет-ресурсов, проводить консультации с использованием электронной почты.

С целью повышения качества образовательных услуг необходимая организационная и учебно-методическая информация, сопровождающая учебный процесс, помещена на сайте факультета управления. Конфиденциальность информации обеспечивается наличием личных кабинетов студентов.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (чаты.) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, электронная почта).

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студента на всех занятиях аудиторной формы (лекции, практические занятия), выполнение контрольных мероприятий, планомерную самостоятельную работу. В ходе освоения дисциплины студент расширяет свой социальный опыт, развивает такие общекультурные и профессиональные компетенции как овладение навыками исследовательской деятельности; целеполагание, планирование, анализ и рефлексия в процессе познания; формирование целостного экономического мышления; расстановка приоритетов и нахождение оптимальных решений в различных ситуациях; и др.

В ходе освоения дисциплины деятельность студента направлена на решение следующих задач:

- логическое мышление, навыки создания научных работ по вопросам профессиональной деятельности, ведения научных дискуссий;
- развитие навыков работы с разноплановыми источниками;
- осуществление эффективного поиска информации и критики источников;
- получение, обработка и сохранение источников информации;
- преобразование информации в знание, осмысливание процессов, событий и явлений в области профессиональной деятельности в их динамике и взаимосвязи;
- формирование и аргументированное отстаивание собственной позиции по различным проблемам профессиональной деятельности.

В учебной дисциплине студент должен ориентироваться на самостоятельную проработку учебного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение итоговой исследовательской работы и компьютерного тестирования, самостоятельное изучение разделов курса.

Успешное освоение дисциплины предполагает обязательное посещение практических занятий, выполнение творческих и поисковых заданий, запланированной исследовательской работы, а также компьютерного тестирования.

Подготовка к практическим занятиям:

- студент должен внимательно ознакомиться с материалом, относящимся к данному занятию по учебнику и учебным пособиям;
- выписать основные термины;
- выполнить творческое или поисковое задание, сформулировать возникшие вопросы и постараться получить на них ответ заранее (до практического занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована студентами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к промежуточной аттестации:

К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса студент может познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;



- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для самоподготовки.

Рекомендации для организации работы студента на лекции

Ведущую роль в организации учебного процесса играют лекции, которые определяют содержание и направленность работы студентов в освоении научных знаний, выполняют образовательную, воспитательную и учебно-организационную функцию. Самостоятельная работа студентов с лекционным материалом, состоящая из его повторения, структурирования, анализа, способствует более глубокому усвоению полученных знаний.

Особое значение в организации самостоятельной работы имеет вводная лекция преподавателя. Раскрывая сущность предмета и методы истории как науки, преподаватель знакомит с основными формами организации учебной деятельности в вузе. В лекции обобщаются результаты научных исследований, дается представление о современной историографической ситуации. На лекции студенты вооружаются необходимым минимумом знаний для самостоятельной работы, преподаватель указывает ее цель и основные направления, наделяет инструментарием в виде рабочей программы и методических рекомендаций, что позволяет впоследствии адекватно организовывать собственную самостоятельную работу.

Тематические и обзорные лекции требуют от студента дополнительной подготовки. Во-первых, необходимо знать содержание предшествующей лекции, без чего невозможно сознательно усвоить новый материал. Особое значение предварительная подготовка приобретает в тех случаях, когда в лекциях освещаются не все вопросы программы курса и ряд вопросов, не представляющих большой трудности, выносятся на самостоятельное изучение. Лектор в ходе лекции указывает, какие именно разделы темы должны быть самостоятельно изучены, предлагает список источников и литературы, с которыми необходимо ознакомиться, комментирует формы отчетности по самостоятельной работе.

Во-вторых, необходимо слушать лекцию и одновременно ее конспектировать. Правильно организованное конспектирование способствует подготовке к контрольной работе и тестированию.

Вести запись лекции предлагается в общей тетради, пронумеровав ее и оставив первые страницы для оглавления, что дает возможность быстро найти нужную лекцию. В тетради предлагается записывать дату, номер лекции, тему и план лекции; название вопросов во время лекции можно не записывать, а лишь обозначить их порядковый номер согласно плану.

Целесообразно в лекционной тетради оставить широкие поля, которые можно использовать для записи ссылок на литературу и источники, цитат, а также заполнять их дополнительным материалом при самостоятельном чтении рекомендованной литературы и при подготовке к контрольной работе.

Дословно записывать содержание лекции нет необходимости. Конспектирование предполагает фиксирование лишь основных положений, главных мыслей и выводов. Самостоятельная работа студента на лекции и заключается в выделении главного материала. Лекцию необходимо воспринимать творчески, избегать механического записывания, фиксировать ранее неизвестную информацию. Студенту рекомендуется в тот же день обработать свой конспект: прочесть его, вписать пропущенное, исправить неточные выражения, формулировки, искажения, подчеркнуть важные места. По итогам лекционного курса конспекты лекций могут быть проверены преподавателем.

Рекомендации для организации работы студента при подготовке к практическому занятию (семинару)

Для наиболее эффективного достижения результата изучения данной дисциплины подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя.

В процессе углубленного чтения литературы можно составлять краткие конспекты, тезисы своих выступлений, делать необходимые выписки, чтобы затем на семинаре активно участвовать в обсуждении всех вопросов.

Конспекты лучше вести в той же тетради, в которой конспектируются лекции по данной дисциплине.

Самостоятельная работа студентов по изучаемой дисциплине проводится в соответствии с предложенными темами. По каждой теме сформулированы виды и содержание самостоятельной работы студентов.

Следующим этапом учебной деятельности студентов является выполнение компьютерного тестирования по дисциплине «Организация коммерческой деятельности на малом предприятии». Тестирование проверяет знания студентов по изученным темам дисциплины. Контрольное тестирование выполняется в компьютерном классе в присутствии преподавателя. Сроки выполнения тестирования – согласовываются с преподавателем.

Тестовые задания размещены в системе MOODLE. Чтобы получить в нее доступ, необходимо зарегистрироваться. Для этого следует зайти на главную страницу сайта <http://moodle.uio.csu.ru>.

В течение всего семестра для студентов проводится консультация. На консультацию приглашаются студенты, по вопросам связанным с освоением материала дисциплины. Сроки проведения консультации в соответствии с графиком, можно уточнить на кафедре менеджмента.



10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и голо информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося.

1. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения: портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля с синтезатором речи «EiBraille-W14J G2»; ноутбуки с программной экранного доступа NVDA; электронные увеличители для удаленного просмотра; видеоувеличители портативные; тифлоплеер; цифровые диктофоны.

2. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями слуха: система свободного звукового поля со встроенной совместимостью с FM-устройствами; радиоклассы «Сонет-PCM» с передатчиком, заушным индуктором и индукционной петлей; система информационная для слабослышащих переносная «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором; документ-камера; программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования.

3. Ассистивные информационные технологии: программное обеспечение экранного доступа с синтезом речи NVDA; программы экранного увеличения; программы речевого синтеза для компьютеров и ноутбуков; программы речевого синтеза для мобильных устройств; экранная клавиатура; экранная лупа.

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации NVDA, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах, с помощью специальных технических и программных средств (рабочее место для незрячего пользователя с программным обеспечением экранного доступа с синтезом речи NVDA, рабочее место с компьютерным роллером и клавиатурой Clevy с большими кнопками и с разделяющей клавиши накладкой).

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle, Adobe Connect Pro и пр.).

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от



индивидуальных особенностей, обучающихся:

- а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме шрифтом Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика);
- б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);
- в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.