

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 18.05.2025 13:51:21 Уникальный идентификатор документа: 04c19ed8bf9813e5a14c8b04a2700e175	МИНИСТЕРСТВО НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	Рабочая программа дисциплины "Основы маркетинга" по направлению подготовки (специальности) "Менеджмент" направления (профилю) Управление цифровой экономикой ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1
---	--	--	--------

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Б.Е. Федоров
Б.Е. Федоров

« 28 » 05 2021 г.



Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Основы маркетинга

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

Управление цифровой экономикой

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очно-заочная

Год(ы) набора 2021

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

Челябинск 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) принята:

Ученым советом факультета (института, филиала): Факультет управления

Протокол заседания № « 12 » 24.06 2021 г.

Председатель Ученого совета
факультета (института, филиала) _____ Головихин С.А.

Секретарь Ученого совета
факультета (института, филиала) _____ Злоказов В.Ф.

Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована кафедрой

Менеджмента

Протокол заседания № « 13 » 22.06 2021 г.

Заведующий кафедрой _____ Лушникова Т.Ю.

Автор (составитель) _____ к. пед. н., доцент, Ярушева С. А.

**Структура рабочей программы соответствует приказу ректора
ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «05» декабря 2018 г. № 678-1**

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 в области маркетинга по основным подходам и технологиям, используемых для работы с потенциальным потребителем товаров и услуг, о способах выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, с целью анализировать поведение потребителей, а также рассмотрение вопросов, касающихся торгового поведения персонала в целях формирования конкурентоспособности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.О.10

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Этика профессиональной деятельности

Современные технологии поиска и обработки информации

Введение в менеджмент

Экономическая теория

Основы бизнеса

Теория менеджмента

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 сбытовой сети, средств продвижения товаров

Маркетинговые исследования в Интернете

Реклама и PR в Интернет

Управление разработкой и внедрением нового продукта

Ценообразование в цифровой экономике

Цифровой маркетинг

Экономика и управление предприятием

Социологические исследования в менеджменте

Антикризисное управление

Бизнес-планирование

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

ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

Знать:

особенности воздействия макроэкономической среды на функционирование организации:

- маркетинговые инструменты;
- типы потребителей;
- современные направления развития маркетинга

Уметь:

выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ:

- изучать потребительское поведение;
- проводить оценку маркетингового состояния организации;
- формировать экономический спрос на товары и услуги

Владеть:

владеть способностью формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли:

- технологиями товарного, ценового и сбытового маркетинга;
- эволюцией консьюмеризма;
- современными видами маркетинговой деятельности
- развития новых направлений деятельности организации.

Рабочая программа дисциплины "Основы маркетинга" по направлению подготовки (специальности) "Менеджмент" направленности (профилю) Управление цифровой экономикой ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 5
владеть навыками выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	особенности воздействия макроэкономической среды на функционирование организации;
3.1.2	- маркетинговые инструменты;
3.1.3	- типы потребителей;
3.1.4	- современные направления развития маркетинга
3.2	Уметь:
3.2.1	выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ;
3.2.2	- изучать потребительское поведение;
3.2.3	- проводить оценку маркетингового состояния организации;
3.2.4	- формировать экономический спрос на товары и услуги
3.3	Владеть:
3.3.1	владеть способностью формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;
3.3.2	- технологиями товарного, ценового и сбытового маркетинга;
3.3.3	- эволюцией консьюмеризма;
3.3.4	- современными видами маркетинговой деятельности
3.3.5	- развития новых направлений деятельности организации.
3.3.6	владеть навыками выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	5 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 180	Виды контроля в семестрах: экзамены 4
в том числе :	
аудиторные занятия : 22	
самостоятельная работа : 122	
часов на контроль : 36	

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
Раздел 1. Введение в маркетинг				
1.1	Введение в маркетинг /Лек/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
1.2	Введение в маркетинг /Пр/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
1.3	Введение в маркетинг /Ср/	4	18	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 2. Методологические основы маркетинга				
2.1	Методологические основы маркетинга /Лек/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1

Рабочая программа дисциплины "Основы маркетинга" по направлению подготовки (специальности) "Менеджмент" направленности (профилю) Управление цифровой экономикой ФГБОУ ВО «ЧелГУ»				стр. 6
2.2	Методологические основы маркетинга /Пр/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
2.3	Методологические основы маркетинга /Ср/	4	18	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 3. Маркетинговая среда организации				
3.1	Маркетинговая среда организации /Лек/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
3.2	Маркетинговая среда организации /Пр/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
3.3	Маркетинговая среда организации /Ср/	4	18	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 4. Спрос как объект маркетинга				
4.1	Спрос как объект маркетинга /Лек/	4	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
4.2	Спрос как объект маркетинга /Пр/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
4.3	Спрос как объект маркетинга /Ср/	4	12	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 5. Товарный маркетинг				
5.1	Товарный маркетинг /Лек/	4	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
5.2	Товарный маркетинг /Пр/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
5.3	Товарный маркетинг /Ср/	4	10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 6. Ценовой маркетинг				

Рабочая программа дисциплины "Основы маркетинга" по направлению подготовки (специальности) "Менеджмент" направленности (профилю) Управление цифровой экономикой ФГБОУ ВО «ЧелГУ»				стр. 7
6.1	Ценовой маркетинг /Лек/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
6.2	Ценовой маркетинг /Пр/	4	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
6.3	Ценовой маркетинг /Ср/	4	10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 7. Сбытовой маркетинг				
7.1	Сбытовой маркетинг /Лек/	4	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
7.2	Сбытовой маркетинг /Пр/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
7.3	Сбытовой маркетинг /Ср/	4	12	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 8. Маркетинговые коммуникации				
8.1	Маркетинговые коммуникации /Лек/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
8.2	Маркетинговые коммуникации /Пр/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
8.3	Маркетинговые коммуникации /Ср/	4	10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 9. Современные направления развития маркетинга				
9.1	Современные направления развития маркетинга /Лек/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
9.2	Современные направления развития маркетинга /Пр/	4	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1

Рабочая программа дисциплины "Основы маркетинга" по направлению подготовки (специальности) "Менеджмент" направленности (профилю) Управление цифровой экономикой ФГБОУ ВО «ЧелГУ»				стр. 8
9.3	Современные направления развития маркетинга /Ср/	4	14	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1
Раздел 10. Экзамен				
10.1	/Экзамен/	4	36	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ, ТЕСТЫ, ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Задание 1. Составить конспект на тему "Введение в маркетинг"

Вопросы задания:

1. Понятие маркетинга. Цели и функции маркетинга.
2. Исторические аспекты формирования маркетинга. Эволюция маркетинга.
3. Принципы организации маркетинговой деятельности в организации.
4. Роль и место маркетинга в рыночной экономике.

Задание 2. Составить конспект на тему "Методологические основы маркетинга"

Вопросы задания:

1. Методы и методология в маркетинге.
2. Маркетинговые инструменты.
3. Объекты и субъекты маркетинга.

Задание 3. Разработка блок-схемы на тему "Маркетинговая среда организации"

Используя теоретико-методологические основы организации работы отдела маркетинга, разработать и представить блок-схему основных принципов работы с клиентами. Рассмотреть показатели эффективности маркетинговой системы предприятия.

Задание 4. Составить конспект на тему "Спрос как объект маркетинга"

Вопросы задания:

1. Понятие и типология потребностей.
2. Типы потребителей. Сегментация рынка.
3. Понятие и виды спроса. Факторы и закономерности спроса.
4. Модель потребительского поведения.

Задание 5. Проведение деловой игры на тему "Товарный маркетинг"

Используя теоретико-методологические основы товарного маркетинга, разработать и представить сценарий деловой ситуации с учетом следующих аспектов:

1. классификация товаров;
2. качество и конкурентоспособность продукта;
3. покупатель – потребитель и факторы, определяющие их поведение;
4. ключевые составляющие успеха покупательского поведения.

Задание 6. Разработка проекта на тему "Ценовой маркетинг"

Используя теоретико-методологические основы маркетингового ценообразования, разработать и представить проект «Ценовые стратегии». Выделить и охарактеризовать методы ценообразования.

Задание 7. Составить конспект на тему "Сбытовой маркетинг"

Вопросы задания:

1. Основные понятия, функции и этапы сбыта.
2. Каналы товародвижения.
3. Виды посредников.
4. Причины и стратегии выбора посредников.

Задание 8. Проведение деловой игры на тему "Маркетинговые коммуникации"

Используя теоретико-методологические основы коммуникативных процессов в деятельности предпринимателя,

разработать и представить сценарий деловой ситуации с учетом следующих аспектов:

1. Реклама и ее роль в коммуникативной политике предприятия;
2. Планирование рекламной кампании;
3. Участие в выставках и ярмарках.

Задание 9. Разработка блок-схемы на тему "Современные направления развития маркетинга"

Используя теоретико-методологические основы организации маркетинга, разработать и представить блок-схему основных эволюционных направлений маркетинга. Рассмотреть современные виды маркетинга: глобальный маркетинг, максимаркетинг, интегрированный маркетинг, интернет-маркетинг и др.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Перечень вопросов для самоподготовки к экзамену

1. Понятие «маркетинг». Исторические аспекты формирования маркетинга
2. Цели и функции маркетинга
3. Основные виды маркетинга
4. Роль и место маркетинга в рыночной экономике
5. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга
6. Основные категории маркетинга (нужды, потребности и т.п.)
7. Понятие и типология потребностей
8. Типы потребителей
9. Сегментация рынка
10. Понятие и классификация маркетинговой среды
11. Спрос: понятие, виды
12. Маркетинговое понимание товара
13. Классификация товаров
14. Концепция жизненного цикла товара
15. Качество и конкурентоспособность товара
16. Марочный маркетинг
17. Цены: понятие, виды, назначение, функции
18. Процесс ценообразования. Факторы ценообразования
19. Разработка стратегии ценообразования
20. Сбыт: понятие, функции, этапы
21. Каналы товародвижения. Виды посредников
22. Факторы формирования сбытовой сети
23. Маркетинговые коммуникации: цели, формы
24. Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций
25. Политика продвижения и стимулирования продаж
26. Фирменный стиль
27. Товарный знак и его сущность
28. Упаковка и маркировка товара
29. Организация и содержание маркетинговых исследований
30. Управление маркетингом, его цели и задачи
31. Практический маркетинг как вид управленческой деятельности
32. Организация маркетинговой деятельности на предприятии
33. Маркетинговая политика предприятия
34. Товарная (продуктовая) политика предприятия
35. Инновационная политика предприятия
36. Ассортиментная политика предприятия
37. Сбытовая политика предприятия
38. Коммуникативная политика предприятия
39. Сервисная политика предприятия
40. Современные направления развития маркетинга

Тестовые вопросы для промежуточной аттестации:

С помощью данного типа задания проверяются следующие элементы подготовки студентов по дисциплине:

- Знание основных понятий и определений;
- Знание комплекса маркетинга.

1. Потребность- это:

- а) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд;
- б) нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму;
- в) товар, который способен удовлетворить нужду потребителя.

2. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга - это:

- а) нужда в конкретном виде продукции;
б) потребность в товаре (услуге);
в) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем.
3. Разновидности одного и того же товара являются?
а) конкурентами- желаниями;
б) товарно-родовыми конкурентами;
в) товарно-видовыми конкурентами;
г) матками-конкурентами.
4. Комплекс маркетинга-микс включает в себя?
а) управление предприятием;
б) совокупность инструментов (товар, цена, сбыт, продвижение);
в) выбор условий реализации товара;
г) все ответы верны;
д) правильного ответа нет.
5. Маркетинговая среда предприятия является?
а) частью его микросреды;
б) частью его макросреды;
в) совокупность микро и макросреды.
6. Контактные аудитории- это:
а) субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поставленных целей;
б) субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары;
в) субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары.
7. Товары повседневного спроса характеризуются?
а) распространением через сеть специальных магазинов;
б) приобретением на большую сумму денег;
в) отсутствием необходимости в дополнительных консультациях продавцов;
г) все ответы верны.
8. Первая стадия в процессе создания нового продукта - это:
а) управленческий анализ;
б) конструирование товара;
в) создание идеи.
9. Изменение ассортимента товара путем вариации товара означает?
а) создание комплиментарного (сопутствующего) товара;
б) создание нового продукта с изменением параметрами наряду со старыми вариантами товара;
в) создание нового продукта взамен старого варианта товара.
10. Качество товара- это:
а) набор необходимых функциональных характеристик товара предназначенных потребителями обязательными;
б) способность товара выполнять свое функциональное назначение;
в) отсутствие у товара видимых дефектов.
11. Реклама- это:
а) неличная коммуникация;
б) немассовая коммуникация;
в) двухсторонняя коммуникация.
12. Физическое распределение товара означает?
а) продажу его через посредников;
б) транспортировку и хранение;
в) безвозмездную передачу товара клиенту.
13. При использовании прямого канала распределения продажа товара осуществляется?
а) коммивояжерами фирмы;
б) магазинами розничной торговли, принадлежащими производителю;
в) с помощью почты;
г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

14. Рынок, с точки зрения маркетинга, – это:

- а) место встречи покупателя и продавца;
- б) любое взаимодействие людей по поводу товара;
- в) совокупность производителей и потребителей;
- г) система отношений купли - продажи между продавцами и покупателями.

15. Конкурентоспособность – это:

- а) высокое качество продукта;
- б) низкая цена продукта;
- в) способность продукта быть проданным среди аналогов;
- г) оптимальное соотношение «цена – качество».

16. В основе моделирования покупательского поведения лежит:

- а) сегментация потребителей по какому-либо признаку;
- б) выявление мнений покупателей о качестве и ценах товара;
- в) выявление зависимости поведения покупателей от различных факторов;
- г) влияние коммуникативного воздействия на потребителя.

17. В каждой товарной группе, выпускаемой предприятием, не менее 20-ти товарных видов. Речь идет о:

- а) широте ассортимента;
- б) глубине ассортимента;
- в) насыщенности ассортимента;
- г) гармоничности ассортимента.

18. Канал товародвижения – это:

- а) водный путь перевозки товара;
- б) цепочка торговых посредников, через которых проходит товар;
- в) маршрут движения товара в географическом пространстве;
- г) путь товара от производителя к потребителю

19. Этапом жизненного цикла товара, характерные признаки которого: медленно растущий или стабильный сбыт, стабильная или падающая прибыль, относительно низкая цена, незначительные затраты на маркетинг, напоминающая реклама, появление товарных запасов, усиленная конкуренция, – является этап:

- а) выведения товара на рынок;
- б) роста;
- в) зрелости;
- г) упадка.

20. Франчайзинг – это:

- а) анализ факторов, влияющих на дистрибьюцию;
- б) сбор информации о купле-продаже товара;
- в) приобретение дебиторской задолженности фирмы - продавца;
- г) тип организации бизнеса, предполагающий создание широкой сети однородных предприятий.

6.4. Критерии оценивания

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

Критерии экзаменационных оценок:

«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, необходимом 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 соответствии 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.

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

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.1	Скоробогатых И. И., Сидорчук Р. Р.	Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности: учебник (http://znanium.com/catalog/document?id=350431)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020	ЭБС
Л1.2	Егоров Ю.Н.	Управление маркетингом: учебник (http://znanium.com/catalog/document?id=351756)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020	ЭБС
Л1.3	Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В.	Маркетинг: учебник (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172)	Москва : Дашков и К, 2020	ЭБС
Л1.4	Егоров Ю.Н.	Основы маркетинга: учебник (http://znanium.com/catalog/document?id=354794)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020	ЭБС
Л1.5	Соловьев Б. А., Мешков А. А.	Маркетинг: учебник (http://znanium.com/catalog/document?id=353828)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.1	Парамонова Т. Н., Красюк И. Н., Лукашевич В. В., Парамонова Т. Н.	Маркетинг торгового предприятия: учебник (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573164)	Москва : Дашков и К, 2020	ЭБС
Л2.2	Беляевский И.К.	Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие (http://znanium.com/catalog/document?id=354450)	Москва : ООО "КУРС", 2020	ЭБС

Рабочая программа дисциплины "Основы маркетинга" по направлению подготовки (специальности) "Менеджмент" направленности (профилю) Управление цифровой экономикой ФГБОУ ВО «ЧелГУ»				стр. 14
	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.3	Секерин В.Д.	Инновационный маркетинг: учебник (http://znanium.com/catalog/document?id=353911)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020	ЭБС
7.1.3. Методические разработки				
	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л3.1	Никитина Т. Е., Смирнов К.А.	Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: монография (http://znanium.com/catalog/document?id=346773)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020	ЭБС
Л3.2	Казакова Н.А.	Маркетинговый анализ: учебное пособие (http://znanium.com/catalog/document?id=356229)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020	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/ .			
Э2	2. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО ДиректмедиаПабблишинг. – URL: http://biblioclub.ru/ .			
Э3	3. Юрайт [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. – URL: https://biblio-online.ru .			
Э4	4. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – URL: http://znanium.com/ .			
Э5	5. 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.

Рабочая программа дисциплины "Основы маркетинга" по направлению подготовки (специальности) "Менеджмент" направленности (профилю) Управление цифровой экономикой ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 15
<p>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.</p>	
<p>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.</p>	
<p>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.</p>	
<p>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).</p>	
<p>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.</p>	
<p>Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.</p>	

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
<p>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.</p> <p>В ходе освоения дисциплины деятельность студента направлена на решение следующих задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> - логическое мышление, навыки создания научных работ по вопросам профессиональной деятельности, ведения научных дискуссий; - развитие навыков работы с разноплановыми источниками; - осуществление эффективного поиска информации и критике 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. <p>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.</p> <p>Успешное освоение дисциплины предполагает обязательное посещение практических занятий, выполнение творческих и поисковых заданий, запланированной исследовательской работы, а также компьютерного тестирования.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> студент должен внимательно ознакомиться с материалом, относящимся к данному занятию по учебнику и учебным пособиям; <input type="checkbox"/> выписать основные термины; <input type="checkbox"/> выполнить творческое или поисковое задание, сформулировать возникшие вопросы и постараться получить на них ответ заранее (до практического занятия) во время текущих консультаций преподавателя; <input type="checkbox"/> рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована студентами в качестве ориентира в организации обучения. <p>Подготовка к промежуточной аттестации:</p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> программой дисциплины; <input type="checkbox"/> перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть; <input type="checkbox"/> контрольными мероприятиями; <input type="checkbox"/> учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами; <input type="checkbox"/> перечнем вопросов для самоподготовки. <p>Рекомендации для организации работы студента на лекции</p> <p>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</p>

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.

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.

«В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (онлайн-лекции (вебинары), чаты, видео-конференции и др.) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, MSOffice365, форумы, электронная почта и др.).

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 и т.п.

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

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение, дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Реализация дисциплины с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) осуществляется на основании «Положения о реализации основных и дополнительных образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Челябинский государственный университет», «Положения о порядке зачета обучающимися по основным профессиональным образовательным программам высшего образования в ФГБОУ ВО «ЧелГУ» результатов освоения в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик, дополнительных образовательных программ» посредством электронной информационно-образовательной среды ФГБОУ ВО «ЧелГУ». В исключительных случаях (форс-мажор и т.п.) при реализации образовательной деятельности с применением ЭО, ДОТ могут применять компоненты, не входящие в перечень электронной информационно-образовательной среды.

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 «EIBraile-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.