

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Гаскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	МИНСТРОНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 13.04.2026 15:57:28 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323	Рабочая программа дисциплины "Управление данными в финансах и маркетинге" по направлению подготовки (специальности) 38.04.01 "Экономика" направленности (профилю) Финансовые технологии и маркетинг ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Управление данными в финансах и маркетинге

Направление подготовки (специальность)

38.04.01 Экономика

Направленность (профиль)

Финансовые технологии и маркетинг

Присваиваемая квалификация (степень)

Магистр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2026

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

Челябинск 2026 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

- определять этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации
- формулировать проблему, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта
- проектировать решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.ДВ.02.01

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Технологии и практики проектного управления

Микроэкономика (продвинутый уровень)

Макроэкономика (продвинутый уровень)

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

Управление IT-проектами и продуктом в финансовых технологиях

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности)

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

УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Знать:

основы проектирования как вида инновационной деятельности, основы разработки и обоснования проекта

Уметь:

определять этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации, формулировать проблему, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта

Владеть:

навыками проектирования решений конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основы проектирования как вида инновационной деятельности, основы разработки и обоснования проекта
3.2	Уметь:
3.2.1	определять этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации, формулировать проблему, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками проектирования решений конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 72 в том числе : аудиторные занятия : 26 самостоятельная работа : 45,8 : контактная работа: 26,2 ИКР: 0,2	Виды контроля в семестрах: зачеты 3



5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Тема 1. Понятие, сущность и особенности управления данными в финансах и маркетинге. Потребители финансовых услуг.			
1.1	Понятие, сущность и особенности управления данными в финансах и маркетинге. Потребители финансовых услуг. /Лек/	3	2	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
1.2	Понятие, сущность и особенности управления данными в финансах и маркетинге. Потребители финансовых услуг. /Пр/	3	2	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
1.3	Понятие, сущность и особенности управления данными в финансах и маркетинге. Потребители финансовых услуг. /Ср/	3	5,8	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
	Раздел 2. Тема 2. Финансовые рынки и маркетинговая среда			
2.1	Финансовые рынки и маркетинговая среда /Лек/	3	2	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
2.2	Финансовые рынки и маркетинговая среда /Пр/	3	2	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
2.3	Финансовые рынки и маркетинговая среда /Ср/	3	10	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
	Раздел 3. Тема 3. Маркетинговые исследования на финансовых рынках			
3.1	Маркетинговые исследования на финансовых рынках /Лек/	3	2	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
3.2	Маркетинговые исследования на финансовых рынках /Пр/	3	3	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
3.3	Маркетинговые исследования на финансовых рынках /Ср/	3	10	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
	Раздел 4. Тема 4. Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений			
4.1	Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений /Лек/	3	3	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
4.2	Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений /Пр/	3	4	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
4.3	Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений /Ср/	3	10	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
	Раздел 5. Тема 5. Коммуникационная политика финансовых организаций			
5.1	Коммуникационная политика финансовых организаций /Лек/	3	3	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
5.2	Коммуникационная политика финансовых организаций /Пр/	3	3	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
5.3	Коммуникационная политика финансовых организаций /Ср/	3	10	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4
5.4	Коммуникационная политика финансовых организаций /ИКР/	3	0,2	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств



Реферат
Устный опрос
Тест (зачет)

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Примерный перечень вопросов и заданий Контрольные вопросы для устного опроса

- 1 Дайте определение понятию «финансовый маркетинг». Его связь с финансовым менеджментом? Назовите основные цели и задачи финансового маркетинга.
- 2 Каковы роль и сущность финансового маркетинга в системе управления финансовыми рынками?
- 3 Дайте характеристику базисных концепций финансового маркетинга, раскройте их эволюцию.
- 4 Перечислите основные виды финансового маркетинга.
- 5 Дайте характеристику современных видов финансового маркетинга.
- 6 Как организована работа маркетологов в финансовых организациях за рубежом?
- 7 В чем особенности развития финансового маркетинга в современной России?
- 8 Опишите основные элементы маркетинговой среды современного банка.
- 9 Дайте характеристику элементов внутренней и внешней маркетинговой среды страховой компании.
- 10 Какие факторы влияют на уровень конкуренции на рынке финансовых услуг.
- 11 Какие стратегии конкурентной борьбы целесообразно применять на финансовом рынке в условиях неустойчивости. Ответ поясните.
- 12 Проведите классификацию потребителей на рынке финансовых услуг.
- 13 Перечислите подразделения финансовой организации, которые принимают непосредственное и косвенное участие в финансовом маркетинге?
- 14 Определите понятие «служба маркетинга финансовой организации».
- 15 Какова роль специализированного маркетингового подразделения финансовой организации (управления, дирекции, отдела)? Каковы его основные задачи и функции?
- 16 Каковы должностные требования к работникам маркетинговых служб финансовых организаций: их знаниям, умениям, навыкам?
- 17 Перечислите основные виды контроля в финансовом маркетинге. Раскройте суть стратегического контроля, его цели содержание, методы и инструменты.
- 18 Раскройте понятие «маркетинговый аудит» на финансовых рынках.
- 19 Раскройте цели и задачи планирования в финансовом маркетинге.
- 20 Назовите виды планирования финансового маркетинга. Охарактеризуйте их особенности.
- 21 Каковы этапы процесса стратегического планирования финансового маркетинга? Раскройте сущностные характеристики стратегического плана финансовых организаций.
22. Каковы разновидности стратегий, используемых на финансовых рынках? Охарактеризуйте условия их применения.

Темы рефератов

- 1 Роль финансового маркетинга в экономическом развитии России.
- 2 Усиление роли финансового маркетинга в условиях турбулентности финансовых рынков
- 3 Анализ современных тенденций формирования маркетинговой среды на финансовых рынках
- 4 Инновации как способ достижения конкурентного преимущества финансовой организации.
- 5 Понятие и виды конкуренции на финансовых рынках.
- 6 Особенности использования маркетинговой информации на финансовых рынках.
- 7 Маркетинговые исследования на финансовых рынках.
- 8 Методы изучения поведения потребителей финансовых продуктов (услуг).
- 9 Поведение потребителей на финансовых рынках.
- 10 Особенности сегментирования на финансовых рынках.
- 11 Значение формирования маркетинговой стратегии для финансовых организаций.
- 12 Стратегическое планирование как инструмент принятия управленческих решений на финансовых рынках.
- 13 Конкурентные стратегии на финансовых рынках.
- 14 Основные задачи и функции службы маркетинга финансовой организации.
- 15 Особенности SWOT-анализа различных субъектов финансовых рынков.
- 16 Контроль и его виды в финансовом маркетинге.
- 17 Маркетинг как инструмент развития финансовой организации.
- 18 Комплекс финансового маркетинга и его элементы.
- 19 Характеристика финансовых продуктов и услуг на рынке.
- 20 Внедрение нового финансового продукта и услуги на рынок.
- 21 Условия и факторы, формирующие спрос на финансовые продукты (услуги).
- 22 Брендинг и ребрендинг на финансовых рынках.



- 23 Брендинговая политика финансовой организации.
- 24 Формирование ценовой политики и особенности ценообразования на финансовых рынках.
- 25 Стратегии ценообразования финансовой организации.
- 26 Современные тенденции развития системы распределения (товародвижения) на финансовых рынках.
- 27 Управление продажами на финансовых рынках.
- 28 Маркетинговые коммуникации на финансовых рынках.
- 29 Особенности рекламной кампании на финансовых рынках.
- 30 Особенности стимулирования сбыта на финансовых рынках.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к зачету

- 1 Сущность и основные элементы финансового маркетинга.
- 2 Эволюция финансового маркетинга в России и за рубежом.
- 3 Цели и принципы финансового маркетинга.
- 4 Макро- и микросреда финансового маркетинга.
- 5 Анализ маркетинговой среды на финансовых рынках.
- 6 Понятие и виды конкуренции на финансовых рынках.
- 7 Источники маркетинговой информации на финансовых рынках.
- 8 Особенности проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках: цели, задачи, методы, принципы, этапы.
- 9 Особенности сегментации финансовых рынков: цели, задачи, методы и принципы.
- 10 Подходы к выбору целевого финансового рынка.
- 11 Позиционирование на финансовых рынках: цели, задачи и способы.
- 12 Цели и задачи стратегического планирования на финансовых рынках.
- 13 Стратегии развития на финансовых рынках и методы их оценки.
- 14 Планирование маркетинга на финансовых рынках: цели, задачи, этапы.
- 15 Особенности организационных структур управления финансовой организации.
- 16 Требования, предъявляемые к специалистам организации: знания, умения, навыки.
- 17 Контроль в финансовом маркетинге: цели, задачи, содержание и виды.
- 18 Стратегический контроль на финансовых рынках, его цели и содержание.
- 19 Общая характеристика комплекса финансового маркетинга.
- 20 Классификация финансовых продуктов и услуг.
- 21 Брендинг и ребрендинг на финансовых рынках.
- 22 Товарная политика на финансовых рынках: цели, задачи и направления.
- 23 Ассортиментная политика финансовой организации.
- 24 Ценовая политика на финансовых рынках и ее основные направления.
- 25 Ценовые стратегии, используемые на финансовых рынках.
- 26 Основные направления политики распределения на финансовых рынках.
- 27 Особенности сбыта на финансовых рынках.
- 28 Основные направления, цели и задачи коммуникационной политики на финансовых рынках.
- 29 Стимулирование сбыта на финансовых рынках.
- 30 Инструменты прямого маркетинга на финансовых рынках.

Тестовые задания

1. Концепция социально – этического маркетинга финансовой организации – это...
 - а) системный учет желания клиента и его потребности, вкусов на будущую перспективу в целях гармонизации общества и повышение качества жизни;
 - б) эколого-осознанные виды деятельности, направленные на сохранение и укрепления благополучия каждого потребителя и общества в целом за счет повышения социальной ответственности каждого участника рыночного оборота;
 - в) системный документ, Включающий цели, задачи принципы формирования у потребителей чувства необходимости приобретения данного товара;
 - г) мотивационная программа коммерческой деятельности, направленная на своевременное удовлетворение запросов клиентов с высоким качеством сервиса;
 - д) совокупные правила рыночного участия организации направленные на рост духовных потребностей человека.
2. Классический комплекс финансового маркетинга включает:
 - а) рекламу, цены, товар, упаковку;
 - б) товар, цену, методы распространения, методы продвижения;



- в) товарный знак, упаковку, цену, методы распространения;
г) методы продвижения, цену, логистику, товар;

3. Главной целью страхового маркетинга является:

- а) обеспечение страхователей необходимыми страховыми продуктами;
б) изучение и прогнозирование страхового рынка;
в) обеспечение рентабельной работы страховой компании;
г) изучение потребностей страхователей.

4. Финансовый маркетинг – это ...

- а) маркетинг, направленный на помощь в удовлетворении потребностей отдельных групп населения, общественных организаций (ассоциаций), а также общества в целом;
б) системный подход инвесторов – продавцов к управлению реализацией финансовых активов (денег, ценных бумаг, драгоценных металлов и камней) и инвесторов – покупателей к управлению накоплением финансовых активов;
в) маркетинг, который позволяет анализировать спрос реальных и потенциальных потребителей, формировать его в нужном направлении и удовлетворять наиболее эффективными способами;
г) система осуществляемых предприятием мер по повышению своей конкурентоспособности путем максимального приспособления всей деятельности к требованиям и конкретным групп потребителей с целью обеспечения своих интересов.

5. К показателям оценки коммуникационной эффективности рекламы относятся:

- а) узнаваемость;
б) влияние рекламы на результаты продаж;
в) рентабельность;
г) затраты на рекламу.

6.4. Критерии оценивания

1. Критерии оценки теста

Отлично / Зачтено

90-100 баллов

Высокий уровень освоения проверяемых компетенций

Хорошо / зачтено

75-89 баллов

Средний уровень освоения проверяемых компетенций

Удовлетворительно / зачтено

50-74 баллов

Базовый уровень освоения проверяемых компетенций

Неудовлетворительно / Не зачтено

0-49 баллов

Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций

2. Требования (критериальные показатели) к уровням освоения программы

«зачтено» – обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности и существенные ошибки в определении понятий, формулировке положений, не привлекает для аргументации ответа основные положения исследовательских, концептуальных и нормативных документов, не умеет обосновать свои суждения; наблюдается нарушение логики изложения. Ответ отличается низким уровнем самостоятельности, не содержит собственной профессионально- личностной позиции.

«Не зачтено» – обучающийся имеет разрозненные, бессистемные знания: не умеет выделять главное и второстепенное; допускает ошибки в определении понятий, формулировке теоретических положений, искажает их смысл; не ориентируется в нормативно-концептуальных, программно-методических, исследовательских материалах, беспорядочно и неуверенно излагает материал; не умеет соединять теоретические положения с практикой; не умеет применять знания для обоснования и объяснения фактов, не устанавливает межпредметные связи



3. Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично/зачтено:

- Свободно владеет понятийным аппаратом, умеет использовать его при анализе экономических явлений
- Знание и свободное владение фактическим материалом по теме
- Достаточно глубоко знает принципы принятия и реализации решений
- Умеет выявлять и анализировать проблемы и предлагает способы их решения. Умеет оценивать результат
- Свободное владение речью, логичность и последовательность в изложении материала

2. Средний уровень соответствует оценке хорошо/зачтено:

- Владеет понятийным аппаратом, но при использовании его допускает неточности
- Незначительные неточности в изложении фактического материала
- Допускает незначительные ошибки при определении принципов принятия решений
- Допускает отдельные неточности и затруднения при анализе и выявлении проблем и предложении решений

3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно:

- В основном знает содержание понятий, но допускает ошибки в их использовании
- Испытывает затруднения в изложении фактического материала
- Испытывает значительные затруднения при определении принципов принятия решений
- Испытывает значительные трудности при анализе фактического материала и формировании решения проблем
- Материал в значительной степени излагается бессистемно и с нарушением логических связей

4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно.

- Не владеет основными понятиями по предмету
- Не владеет фактическим материалом
- Отсутствуют знания основных принципов принятия решений
- Не умеет анализировать и выявлять проблемы экономического характера в конкретных ситуациях

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

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.1	Толстобров А. П.	Управление данными: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/588522)	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л1.2	Карпова С. В., Мхитарян С. В., Козлова Н. П., Леднев М. В.	Финансовый маркетинг: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/589773)	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. – URL: http://e.lanbook.com/
Э2	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. – URL: http://biblioclub.ru/
Э3	Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – URL: http://znanium.com/
Э4	Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. – URL: https://biblio-online.ru

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Reader

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

- 1.Единый архив экономических и социологических данных от ВШЭ <http://sophist.hse.ru/> (17.05.2018).
- 2.Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru/> (17.05.2018).
3. Электронный каталог научной библиотеки ЧелГУ [Электронный ресурс] : база данных / Челяб. гос. ун-т. - Челябинск, 1992 - .



4. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека : [база данных, полные тексты доступны из сети ЧелГУ] – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины осуществляется с использованием средств обучения общего назначения:

- аудитории для проведения лекционных занятий с возможностью использования переносного мультимедийного оборудования (экран, ноутбук, проектор, колонки);

- аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;

- компьютерные классы (для проведения лабораторных занятий);

- аудитория для самостоятельной работы.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью.

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

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

Приступая к изучению дисциплины «Управление данными в финансах и маркетинге», обучающийся должен ясно представлять, что результат обучения зависит не только от работы преподавателей, но и о того, насколько добросовестно он сам подойдет к этому процессу.

Необходимо сразу точно понять критерии оценки всех видов учебной работы, критерии получения оценки зачетно.

Формирование умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной ситуации происходит в течение всего периода обучения через участие обучающихся в лекционных и лабораторных занятиях, при выполнении контрольных и курсовых работ. При этом самостоятельная работа обучающихся играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начиная изучать дисциплину необходимо познакомиться с рабочей программой, списком основной и дополнительной литературы, электронных ресурсов. В результате должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и компетенций, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

Самостоятельная работа обучающегося, включает работу с учебными и учебно-методическими материалами (on-line, off-line), выполнение индивиду-альных заданий (off-line), контрольных и курсовых работ (off-line).

При изучении дисциплины следует внимательно познакомиться с вопросами, рекомендуемыми для подготовки к зачету. Они ориентируют обучающегося, показывают, что он должен знать по данной дисциплине. Необходимо изучить материал и сопоставить его с трактовками, предлагаемыми в источниках списка рекомендованной (основной и дополнительной) литературы. В процессе освоения дисциплины для лучшего усвоения материала необходимо регулярно обращаться к литературным источникам, предлагаемыми в библиографическом списке, пользоваться через компьютерную сеть университета и при самостоятельной подготовке в домашних условиях образовательными ресурсами, представленными в разделе 1.5., а также общедоступными Интернет-порталами, содержащими большое количество как научно-популярных, так и специализированных статей, посвященных различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следует учитывать следующие советы:

– при первом знакомстве с материалом просмотреть изучаемый текст, представить себе его общее содержание, логику изложения;

– вдумчивое чтение текста надо осуществлять медленно, уясняя прочитанное, выделяя основные идеи. Прочитав материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

– при изучении сложного материала необходимо составить тезисы, рабочие записи;

– если в тексте встречаются непонятные термины, необходимо воспользоваться словарем и выяснить значение термина, иначе дальнейшее понимание материала будет осложнено;

– необходимо критически осмысливать прочитанное и изученное, ответить на вопросы, предложенные после каждой темы.

Обучающиеся могут получать консультации преподавателей с использованием средств телекоммуникации:

- очные индивидуальные;

- дистанционные индивидуальные (on-line, off-line);

- дистанционные групповые (on-line, off-line).

Контроль знаний обучающихся осуществляется в форме тестирования. При подготовке к тестированию следует повторить пройденный теоретический материал, выполнить соответствующие задания для самостоятельной работы и тесты для самоконтроля. Контрольные тесты проводятся в определенное время и предусматривают одну попытку.



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 информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

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

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и 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 с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

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

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности 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 предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. 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.

