

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ИЖЕВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ  
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ"**

Рег. № 000003131



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и воспитательной работе

С.Л. Воробьева

Кафедра организации производства и экономического анализа

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Наименование дисциплины (модуля): Маркетинг

Уровень образования: Бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Профиль подготовки: Бухгалтерский учет, анализ и аудит

Очная, очно-заочная

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ № 954 от 12.08.2020 г.)

Разработчики:

Тарасова О. А., кандидат экономических наук, доцент

Программа рассмотрена на заседании кафедры, протокол № 01 от 30.08.2021 года

## 1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины - Целью освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг» является ознакомление студентов с системой мероприятий, обеспечивающих эффективную организацию маркетинговой деятельности; получение навыков проведения маркетинговых исследований, разработку маркетинговых стратегий и программ, организацию коммуникативной и сбытовой деятельности, усовершенствование ценообразования, использование основных элементов маркетинга в практической деятельности

Задачи дисциплины:

- - формирование системы теоретических представлений о маркетинге как о самом важном инструменте бизнеса, его принципах и технологии, месте и роли маркетинга в деятельности компании;
- - создание крепких основ системы конкретных умений, что позволяют успешно применять полученные знания на практике.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовой части учебного плана.

Дисциплина изучается на 4 курсе, в 7 семестре.

Изучению дисциплины «Маркетинг» предшествует освоение дисциплин (практик):

Экономический анализ хозяйственной деятельности;

Экономика организации.

Освоение дисциплины «Маркетинг» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин (практик):

Менеджмент.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и учебным планом.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

**- ПК-1 Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом отраслевой специфики организаций АПК и учитывать в проведении исследований в области профессиональной деятельности**

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом отраслевой специфики организаций АПК и учитывать в проведении исследований в области профессиональной деятельности

Студент должен уметь:

Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом отраслевой специфики организаций АПК и учитывать в проведении исследований в области профессиональной деятельности

Студент должен владеть навыками:

Владеет навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности с учетом отраслевой специфики организаций АПК и учитывать в проведении исследований в области профессиональной деятельности

**- УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений**

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения с учетом задач цифровой экономики

Студент должен уметь:

Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ с учетом задач цифровой экономики

Студент должен владеть навыками:

Владеет методиками разработки цели и задач проекта, исходя из действующих правовых норм, а так же с учетом задач цифровой экономики; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах с использованием цифровых средств и технологий

**- УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде**

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия, в том числе взаимодействия в цифровой среде

Студент должен уметь:

Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста; взаимодействовать с другими в цифровой среде

Студент должен владеть навыками:

Владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия, в том числе взаимодействия в цифровой среде; методами оценки своих действий, планирования и управления временем

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы (очная форма обучения)

Вид учебной работы	Всего часов	Седьмой семестр
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>56</b>	<b>56</b>
Практические занятия	36	36
Лекционные занятия	20	20
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>52</b>	<b>52</b>
<b>Виды промежуточной аттестации</b>		
Зачет		+
<b>Общая трудоемкость часы</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Общая трудоемкость зачетные единицы</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

#### Объем дисциплины и виды учебной работы (очно-заочная форма обучения)

Вид учебной работы	Всего часов	Седьмой семестр	Восьмой семестр
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	
Практические занятия	8	8	
Лекционные занятия	6	6	
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>94</b>	<b>58</b>	<b>36</b>
<b>Виды промежуточной аттестации</b>			

Зачет			+
<b>Общая трудоемкость часы</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	<b>36</b>
<b>Общая трудоемкость зачетные единицы</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

## 5. Содержание дисциплины

### Тематическое планирование (очное обучение)

Номер темы/раздела	Наименование темы/раздела	Всего часов	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
	<b>Седьмой семестр, Всего</b>	<b>108</b>	<b>20</b>	<b>36</b>		<b>52</b>
<b>Раздел 1</b>	<b>Теоретические основы маркетинга</b>	<b>46</b>	<b>10</b>	<b>10</b>		<b>26</b>
Тема 1	Сущность, содержание и маркетинговая среда маркетинга	18	4	4		10
Тема 2	Сегментация и выбор целевого рынка. Позиционирование товара	28	6	6		16
<b>Раздел 2</b>	<b>Комплекс маркетинга</b>	<b>62</b>	<b>10</b>	<b>26</b>		<b>26</b>
Тема 3	Товарная и ценовая политика в системе маркетинга	22	4	8		10
Тема 4	Товародвижение, сбытовая и коммуникационная политика организации в системе маркетинга	40	6	18		16

### Содержание дисциплины (очное обучение)

Номер темы	Содержание темы
Тема 1	Понятие и сущность маркетинга. Виды маркетинга. Причины и условия возникновения маркетинговой концепции. Содержание маркетинговой деятельности. Функции маркетинга. Внешняя среда маркетинга и ее роль в системе маркетинговых исследований. Макросреда маркетинга и основные факторы, ее определяющие. Микросреда маркетинга.
Тема 2	Сегментация рынка: понятие, основные критерии и требования. Выбор целевого рынка. Стратегическая модель Портера. Понятие и стратегии позиционирования товара на выбранном рынке
Тема 3	Понятие комплекса маркетинга и место в нем товарной политики. Маркетинг и жизненный цикл товара. Виды жизненных циклов. Конкурентоспособность товара и ее составляющие. Место и роль ценовой политики в системе маркетинга. Этапы и методика разработки ценовой политики и цен. Основные виды ценовых стратегий, используемых в практике работы организаций.

Тема 4	<p>Сущность сбытовой политики и системы товародвижения.          Основные методы и системы сбыта.          Понятие и цели коммуникационной политики.          Роль рекламы и виды рекламы. Планирование и оценка эффективности рекламной кампании          Способы стимулирования сбыта и личные продажи в коммуникационной политике.          Связи с общественностью.</p>
--------	---

### Тематическое планирование (очно-заочное обучение)

Номер темы/раздела	Наименование темы/раздела	Всего часов	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
	<b>Всего</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>8</b>		<b>94</b>
<b>Раздел 1</b>	<b>Теоретические основы маркетинга</b>	<b>49</b>	<b>2</b>	<b>3</b>		<b>44</b>
Тема 1	Сущность, содержание и маркетинговая среда маркетинга	24	1	1		22
Тема 2	Сегментация и выбор целевого рынка. Позиционирование товара	25	1	2		22
<b>Раздел 2</b>	<b>Комплекс маркетинга</b>	<b>59</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		<b>50</b>
Тема 3	Товарная и ценовая политика в системе маркетинга	34	2	2		30
Тема 4	Товародвижение, сбытовая и коммуникационная политика организации в системе маркетинга	25	2	3		20

### Содержание дисциплины (очно-заочное обучение)

Номер темы	Содержание темы
Тема 1	<p>Понятие и сущность маркетинга. Виды маркетинга.          Причины и условия возникновения маркетинговой концепции.          Содержание маркетинговой деятельности. Функции маркетинга.          Внешняя среда маркетинга и ее роль в системе маркетинговых исследований.          Макросреда маркетинга и основные факторы, ее определяющие.          Микросреда маркетинга.</p>
Тема 2	<p>Сегментация рынка: понятие, основные критерии и требования.          Выбор целевого рынка. Стратегическая модель Портера          Понятие и стратегии позиционирования товара на выбранном рынке</p>

Тема 3	<p>Понятие комплекса маркетинга и место в нем товарной политики.          Маркетинг и жизненный цикл товара. Виды жизненных циклов.          Конкурентоспособность товара и ее составляющие.          Место и роль ценовой политики в системе маркетинга.          Этапы и методика разработки ценовой политики и цен.          Основные виды ценовых стратегий, используемых в практике работы организаций.</p>
Тема 4	<p>Сущность сбытовой политики и системы товародвижения.          Основные методы и системы сбыта.          Понятие и цели коммуникационной политики.          Роль рекламы и виды рекламы. Планирование и оценка эффективности рекламной кампании          Способы стимулирования сбыта и личные продажи в коммуникационной политике.          Связи с общественностью.</p>

## **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **Литература для самостоятельной работы студентов**

1. Чернопяттов А. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник, - Москва: Палеотип, 2015.  
 - Режим доступа: <http://rucont.ru/efd/322448>

2. Зюзина Н. Н. Маркетинг предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие : [для студентов, обучающихся по направлению подготовки "ГМУ" и "Менеджмент"], - Липецк: Изд-во Липецкого ГТУ, 2018. - 50 с. - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/683061/info>

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы (очная форма обучения)**

#### **Седьмой семестр (52 ч.)**

Вид СРС: Выполнение индивидуального задания (22 ч.)

Выполнение индивидуального задания предусматривает описание и расчет необходимого комплекса мероприятий по заданию преподавателя.

Вид СРС: Кейс-задача (выполнение) (10 ч.)

Проблемной задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентировочную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

Вид СРС: Реферат (выполнение) (20 ч.)

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы (очно-заочная форма обучения)**

#### **Всего часов самостоятельной работы (94 ч.)**

Вид СРС: Выполнение индивидуального задания (44 ч.)

Выполнение индивидуального задания предусматривает описание и расчет необходимого комплекса мероприятий по заданию преподавателя.

Вид СРС: Кейс-задача (выполнение) (36 ч.)

Проблемной задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную

профессионально-ориентировочную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

Вид СРС: Реферат (выполнение) (14 ч.)

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

### 7. Тематика курсовых работ(проектов)

Курсовые работы (проекты) по дисциплине не предусмотрены.

## 8. Фонд оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации

### 8.1. Компетенции и этапы формирования

Коды компетенций	Этапы формирования		
	Курс, семестр	Форма контроля	Разделы дисциплины
ПК-1	4 курс, Седьмой семестр	Зачет	Раздел 1: Теоретические основы маркетинга.
УК-2 УК-3	4 курс, Седьмой семестр	Зачет	Раздел 2: Комплекс маркетинга.

### 8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

В рамках изучаемой дисциплины студент демонстрирует уровни овладения компетенциями:

Повышенный уровень:

Базовый уровень:

Пороговый уровень:

Уровень ниже порогового:

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания для промежуточной аттестации	
	Экзамен (дифференцированный зачет)	Зачет
Повышенный	5 (отлично)	зачтено
Базовый	4 (хорошо)	зачтено
Пороговый	3 (удовлетворительно)	зачтено
Ниже порогового	2 (неудовлетворительно)	не зачтено

Критерии оценки знаний студентов по дисциплине

### 8.3. Типовые вопросы, задания текущего контроля

Раздел 1: Теоретические основы маркетинга

ПК-1 Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом отраслевой специфики организаций АПК и учитывать в проведении исследований в области профессиональной деятельности

1. Возникновение и развитие маркетинга
2. Сущность и содержание маркетинга.
3. Основные понятия маркетинга.
4. Принципы и цели маркетинга.
5. Аналитическая функция маркетинга
6. Производственная функция маркетинга
7. Сбытовая функция маркетинга
8. Функция управления и контроля.
9. Маркетинговая микросреда.
10. Маркетинговая макросреда
11. Типы маркетинга
12. Основные формы конкуренции

Раздел 2: Комплекс маркетинга

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

1. Целевой сегмент рынка и позиционирование товара
2. Товар в системе маркетинга. Уровни товара
3. Основные виды классификации товаров
4. Классификация товаров широкого потребления
5. Жизненный цикл товара, кривая, фазы жизненного цикла товара
6. Каналы распределения товаров их виды
7. Функции участников каналов распределения
8. Уровни и протяжённость каналов товародвижения
9. Концепции управления маркетингом
10. Ёмкость рынка. Методика её определения

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Психология восприятия рекламы
2. Мероприятия по стимулированию сбыта
3. Разработка и проведение мероприятий публичных рилейшнз (P.R.).

#### **8.4. Вопросы промежуточной аттестации**

**Седьмой семестр (Зачет, ПК-1, УК-2, УК-3)**

1. Что такое маркетинговая среда фирмы
2. Что включает в себя внутренняя микросреда предприятия
3. Какие силы и факторы включает внешняя микросреда маркетинга
4. Факторы, обеспечивающие возможность регулирования рынка
5. Дать понятие и сущность конкурентоспособности
6. Моделирование покупательского поведения
7. Спрос и макроспрос
8. Консьюмеризм, его сущность
9. Стратегия маркетинга, его цели
10. Сегментация рынка и условия ее эффективности
11. Товарная политика фирмы
12. Конкурентоспособность товара



13. Этап жизненного цикла товара
14. Маркетинговое ценообразование
15. Товародвижение, каналы товародвижения
16. Классификация сбытовых стратегий
17. Франчайзинг, его особенности
18. Маркетинговые концепции
19. Прямой маркетинг
20. Экономическая эффективность рекламы
21. Факторы, влияющие на поведение потребителей
22. Исследование рынка. Изучение товарной структуры рынка
23. Каналы распределения товаров их виды
24. Виды и задачи рекламы
25. Организация маркетинговой деятельности на предприятии

**8.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**9. Перечень учебной литературы**

1. Шарифьянова З. Ф., Никонова С. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие, - Уфа: , 2011. - Режим доступа: <http://tucont.ru/efd/228574>
2. Дубровина Н. А., Ряжева Ю. И. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: [учебное пособие для обучающихся по основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент], - Самара: Изд-во Самарского университета, 2019. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/146983>

**10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

1. <http://mcx.ru/> - Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации
2. <http://portal.izhgsha.ru/> - Интернет-портал ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА
3. <http://economy.gov.ru/minec/main> - Министерство экономического развития РФ

**11. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля)**

Перед изучением дисциплины студенту необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, изучить перечень рекомендуемой литературы, приведенной в рабочей программе дисциплины. Для эффективного освоения дисциплины рекомендуется посещать все виды занятий в соответствии с расписанием и выполнять все домашние задания в установленные преподавателем сроки. В случае пропуска занятий по уважительным причинам, необходимо получить у преподавателя индивидуальное задание по пропущенной теме. Полученные знания и умения в процессе освоения дисциплины студенту рекомендуется применять для решения задач, не обязательно связанных с программой дисциплины. Владение компетенциями дисциплины в полной мере будет подтверждаться Вашим умением ставить конкретные задачи, выявлять существующие проблемы, решать их и принимать на основе полученных результатов оптимальные решения. Основными видами учебных занятий для студентов по учебной дисциплине являются: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа и самостоятельная работа студентов.

Формы работы	Методические указания для обучающихся
--------------	---------------------------------------

Лекционные занятия	<p>Работа на лекции является очень важным видом деятельности для изучения дисциплины, т.к. на лекции происходит не только сообщение новых знаний, но и систематизация и обобщение накопленных знаний, формирование на их основе идейных взглядов, убеждений, мировоззрения, развитие познавательных и профессиональных интересов.</p> <p>Краткие записи лекций (конспектирование) помогает усвоить материал. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями: «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.</p> <p>Прослушивание и запись лекции можно производить при помощи современных устройств (диктофон, ноутбук, нетбук и т.п.).</p> <p>Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор, в том числе нормативно-правовые акты соответствующей направленности. По результатам работы с конспектом лекции следует обозначить вопросы, термины, материал, который вызывают трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на занятии семинарского типа.</p> <p>Лекционный материал является базовым, с которого необходимо начать освоение соответствующего раздела или темы.</p>
Лабораторные занятия	<p>При подготовке к занятиям и выполнении заданий студентам следует использовать литературу из рекомендованного списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.</p> <p>Перед каждым занятием студент изучает план занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на занятие материалу.</p> <p>Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к занятию и выполнению домашних заданий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проработать конспект лекций;</li> <li>- проанализировать литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю);</li> <li>- изучить решения типовых задач (при наличии);</li> <li>- решить заданные домашние задания;</li> <li>- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.</li> </ul> <p>В конце каждого занятия типа студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на занятии семинарского типа или на индивидуальные консультации.</p>
Самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа студентов является составной частью их учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний.</p>

	<p>Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, рекомендуемой литературы; подготовку к занятиям семинарского типа в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время занятий.</p> <p>Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углублённого изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на занятиях лекционного типа, отработка навыков решения задач и системного анализа ситуаций на занятиях семинарского типа, контроль знаний студентов.</p> <p>Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.</p> <p>Помимо самостоятельного изучения материалов по темам к самостоятельной работе обучающихся относится подготовка к практическим занятиям, по результатам которой представляется отчет преподавателю и проходит собеседование.</p> <p>При самостоятельной подготовке к практическому занятию обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организует свою деятельность в соответствии с методическим руководством по выполнению практических работ;</li> <li>- изучает информационные материалы;</li> <li>- подготавливает и оформляет материалы практических работ в соответствии с требованиями.</li> </ul> <p>В результате выполнения видов самостоятельной работы происходит формирование компетенций, указанных в рабочей программы дисциплины (модуля).</p>
<p>Практические занятия</p>	<p>Формы организации практических занятий определяются в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения. Ими могут быть: выполнение упражнений, решение типовых задач, решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, игровое проектирование, имитационные занятия, выездные занятия в организации (предприятия), занятия-конкурсы и т.д. При устном выступлении по контрольным вопросам семинарского занятия студент должен излагать (не читать) материал выступления свободно. Необходимо концентрировать свое внимание на том, что выступление должно быть обращено к аудитории, а не к преподавателю, т.к. это значимый аспект формируемых компетенций.</p> <p>По окончании семинарского занятия обучающемуся следует повторить выводы, полученные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для этого обучающемуся в течение семинара следует делать пометки. Более того, в случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала обучающемуся следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.</p> <p>При подготовке к занятиям студентам следует использовать литературу из рекомендованного списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.</p>

Перед каждым занятием студент изучает план занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на занятие материалу.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к занятию и выполнению домашних заданий:

- проработать конспект лекций;
- проанализировать литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю);
- изучить решения типовых задач (при наличии);
- решить заданные домашние задания;
- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

В конце каждого занятия студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на занятии или на индивидуальные консультации.

### **Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами**

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а так же в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию обучающегося задания могут выполняться в устной форме.

## **12. Перечень информационных технологий**

Информационные технологии реализации дисциплины включают

### **12.1 Программное обеспечение**

1. Операционная система: Microsoft Windows 10 Professional. Подписка на 3 года. Договор № 9-БД/19 от 07.02.2019. Последняя доступная версия программы. Astra Linux Common Edition. Договор №173-ГК/19 от 12.11.2019 г.

### **12.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Информационно-справочная система (справочно-правовая система) «Консультант плюс». Соглашение № ИКП2016/ЛСВ 003 от 11.01.2016 для использования в учебных целях бессрочное. Обновляется регулярно. Лицензия на все компьютеры, используемые в учебном процессе.
2. 1С:Предприятие 8 через Интернет для учебных заведений (<https://edu.1cfresh.com/>) со следующими приложениями: 1С: Бухгалтерия 8, 1С: Управление торговлей 8, 1С:ERP Управление предприятием 2, 1С: Управление нашей фирмой, 1С: Зарплата и управление персоналом. Облачный сервис.

## **13. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Оснащение аудиторий

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории
2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (практических занятий). Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории
4. Помещение для самостоятельной работы. Помещение оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
5. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.