

**Институт пищевых производств
Кафедра Технология, оборудование бродильных и пищевых производств**

СОГЛАСОВАНО:

Директор института Чаплыгина И.А.

«28» марта 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

«28» марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СЕРВИСЕ»

ФГОС ВО

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): Сервис холодильного и технологического оборудования пищевых и торговых предприятий

Курс 4

Семестр 7

Форма обучения заочная

Квалификация выпускника Бакалавр



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
УСИЛЕННОЙ КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
ВЫДАННОЙ: ФГБОУ ВО КРАСНОЯРСКИЙ ГАУ
ВЛАДЕЛЕЦ: РЕКТОР ПЫЖИКОВА Н.И.
ДЕЙСТВИТЕЛЕН: 15.05.2025 - 08.08.2026

Красноярск, 2025 г.

Составители: Мацкевич Игорь Викторович, канд. техн. наук, доцент, Мальцев Анатолий
Анатольевич

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

« 19 » марта 2025 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01
Сервис,

профессиональных стандартов:

22.009 Специалист по эксплуатации технологического оборудования и процессов пищевой и
перерабатывающей промышленности;

40.011 Специалист по научно-исследовательским и опытно-конструкторским разработкам;

40.176 Специалист по проектированию систем холодоснабжения.

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 3 « 20 » марта 2025 г.

Зав. кафедрой Мацкевич Игорь Викторович, канд. техн. наук, доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

« 20 » марта 2025 г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института пищевых производств

протокол № 7 « 21 » марта 2025 г.

Председатель методической комиссии Кох Д.А., канд. техн. наук, доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

« 21 » марта 2025 г.

Заведующий выпускающей кафедры по направлению подготовки 43.03.01 Сервис,
направленность (профиль) «Сервис холодильного и технологического оборудования пищевых и
торговых предприятий» Мацкевич Игорь Викторович, канд. техн. наук, доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

« 28 » марта 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация.....	4
1. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3. Организационно-методические данные дисциплины	5
4. Структура и содержание дисциплины	6
4.1. <i>Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины</i>	6
4.2. <i>Содержание модулей дисциплины</i>	6
4.3. <i>Лекционные занятия</i>	7
4.4. <i>Практические занятия</i>	7
4.5. <i>Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	8
5. Взаимосвязь видов учебных занятий	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	9
6.1. <i>Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям</i>	9
6.2. <i>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)</i>	11
6.3. <i>Программное обеспечение</i>	11
7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций	11
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	11
9. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины	11
9.1. <i>Методические рекомендации по дисциплине для обучающихся</i>	11
9.2. <i>Методические рекомендации по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья</i>	12
10. Протокол изменений РПД	13

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «*Менеджмент и маркетинг в сервисе*» относится к обязательной части блока Б.1 дисциплин для подготовки студентов по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис». Дисциплина реализуется в институте пищевых производств кафедрой «Технология, оборудование бродильных и пищевых производств».

Дисциплина нацелена на формирование универсальной компетенции (УК-9) и общепрофессиональной компетенции (ОПК-4) выпускника.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением принципов и методов управления и маркетинга в сфере сервисной деятельности и включает следующие вопросы:

- основы менеджмента и экономики сервиса;
- организация и планирование сервисных процессов;
- маркетинговые исследования и анализ рынка услуг;
- продвижение и реализация сервисных продуктов.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме выполнения и защиты практических работ и промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (8 часа), практические (8 часов) занятия и 88 часа самостоятельной работы студента.

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «*Менеджмент и маркетинг в сервисе*» включена в ОПОП, в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «*Менеджмент и маркетинг в сервисе*» являются: «Математика», «Инженерная и компьютерная графика», «Организация и планирование деятельности предприятий сервиса», «Организационное поведение», «Организация и технология фирменного сервиса».

Дисциплина «*Менеджмент и маркетинг в сервисе*» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Экономика и организация пищевых и торговых предприятий», «Проектирование пищевых и торговых предприятий», «Производственная практика (проектно-технологическая)», «Производственная практика (преддипломная)», «Выполнение и защита выпускной квалификационной работы».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью дисциплины «*Менеджмент и маркетинг в сервисе*» является - формирование у студентов системных знаний о принципах и методах менеджмента и маркетинга в сфере сервисной деятельности, а также умений применять их для повышения эффективности организации и продвижения сервисных услуг.

Задача:

- формирование у студентов представлений о комплексном использовании инструментов менеджмента и маркетинга для организации, планирования и продвижения сервисных процессов в области эксплуатации технологического оборудования.

Таблица 1 – Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>ИД-1_{УК-9} Понимает базовые принципы функционирования экономики в различных областях жизнедеятельности; ИД-2_{УК-9} Применяет методы экономического планирования для достижения текущих и долгосрочных целей в различных областях жизнедеятельности; ИД-3_{УК-9} Использует экономические инструменты для управления финансами и контроля экономических рисков.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы функционирования экономики и их влияние на принятие решений в сфере сервиса; - базовые подходы к экономическому планированию и прогнозированию; - особенности применения экономических методов в сервисной деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать экономическую информацию для принятия обоснованных решений; - использовать методы планирования при организации сервисной деятельности; - соотносить краткосрочные и долгосрочные цели с возможностями предприятия сферы сервиса. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами экономического анализа в сервисной сфере; - инструментами планирования и оценки экономической эффективности решений; - навыками выбора оптимальных вариантов управленческих решений в условиях ограниченных ресурсов.
<p>ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p>	<p>ИД-1_{ОПК-4} Осуществляет маркетинговые исследования рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов; ИД-2_{ОПК-4} Организует продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий; ИД-3_{ОПК-4} Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы и инструменты маркетинговых исследований; - факторы, определяющие поведение потребителей и конкурентов на рынке сервисных услуг; - современные технологии продвижения и продаж, включая цифровые инструменты. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить маркетинговые исследования рынка сервисных услуг; - анализировать мотивацию потребителей и действия конкурентов; - разрабатывать и реализовывать планы продвижения и продаж сервисных продуктов. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами оценки рыночной конъюнктуры и потребительских предпочтений; - инструментами интернет-маркетинга и цифровых каналов продвижения; - практическими навыками организации продаж и продвижения сервисных услуг.

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по
			семестрам № 7
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108	108
Контактная работа , в том числе:	0,45	16	16
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме		8/4	8/4
Практические занятия (ПЗ)/ в том числе в интерактивной форме		8/6	8/6
Самостоятельная работа (СРС) , в том числе:	2,45	88	88
самостоятельное изучение тем и разделов		72	72
самоподготовка к текущему контролю знаний		16	16
Подготовка и сдача зачета	0,1	4	4
Вид контроля:			Зачет

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3– Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ПЗ	
Модуль 1 Основы менеджмента и маркетинга в сервисной деятельности.	104	8	8	88
Модульная единица 1.1 Основы менеджмента и экономики сервисной деятельности	26	2	2	22
Модульная единица 1.2. Планирование и организация сервисных процессов	26	2	2	22
Модульная единица 1.3. Маркетинговые исследования и анализ рынка сервисных услуг	26	2	2	22
Модульная единица 1.4. Продвижение и продажи сервисных продуктов	26	2	2	22
Подготовка к зачету	4			
ИТОГО	108	8	8	88

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1 Основы менеджмента и маркетинга в сервисной деятельности.

Модульная единица 1.1 Основы менеджмента и экономики сервисной деятельности.

Предмет и задачи дисциплины. Понятие менеджмента и его роль в сервисной сфере. Экономические основы функционирования сервисных предприятий. Принятие управленческих и экономических обоснованных решений в сфере сервиса. Современные концепции и тенденции их развития. Место сервисной деятельности в социально-экономической системе.

Модульная единица 1.2 Планирование и организация сервисных процессов.

Методы и приёмы планирования сервисной деятельности. Определение целей и задач управления. Организация деятельности предприятий сферы сервиса. Организационные структуры управления сервисными предприятиями. Документы, регламентирующие организацию сервисной деятельности. Факторы, влияющие на эффективность организации и планирования.

Модульная единица 1.3 Маркетинговые исследования и анализ рынка сервисных услуг.

Сущность и задачи маркетинга в сервисной деятельности. Методы и инструменты маркетинговых исследований. Роль маркетинговой информации при принятии управленческих решений. Основные этапы маркетингового исследования. Изучение потребностей и мотивации

потребителей. Методы анализа конкурентной среды. Использование цифровых инструментов для сбора и анализа маркетинговой информации.

Модульная единица 1.4. Продвижение и продажи сервисных продуктов

Современные подходы к продвижению сервисных услуг. Организация продаж в сфере сервиса. Методы формирования имиджа и репутации сервисной организации. Стратегии коммуникаций с клиентами. Тенденции цифрового маркетинга в сервисной деятельности.

4.3. Лекционные занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Основы менеджмента и маркетинга в сервисной деятельности		Зачет	8
	Модульная единица 1.1 Основы менеджмента и экономики сервисной деятельности	Лекция № 1. Основы менеджмента и экономики сервисной деятельности	Зачет	2
	Модульная единица 1.2 Планирование и организация сервисных процессов	Лекция № 2. Планирование и организация сервисных процессов	Зачет	2
	Модульная единица 1.3 Маркетинговые исследования и анализ рынка сервисных услуг.	Лекция № 3. Маркетинговые исследования и анализ рынка сервисных услуг	Зачет	2
	Модульная единица 1.4. Продвижение и продажи сервисных продуктов	Лекция № 4. Продвижение и продажи сервисных	Зачет	2
ИТОГО				8

4.4. Практические занятия

Таблица 5 – Содержание практических занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Основы менеджмента и маркетинга в сервисной деятельности		Зачет	8
	Модульная единица 1.1. Основы менеджмента и экономики сервисной деятельности	Занятие № 1. Оценка экономических факторов, влияющих на принятие управленческих решений в сервисной деятельности	Выполнение и защита практической работы	2
	Модульная единица 1.2. Планирование и организация сервисных процессов	Занятие № 2. Разработка плана сервисного процесса с распределением ресурсов и времени	Выполнение и защита практической работы	2

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Модульная единица 1.3. Маркетинговые исследования и анализ рынка сервисных услуг	Занятие № 3. Разработка плана маркетингового исследования рынка сервисных услуг	Выполнение и защита практической работы	2
	Модульная единица 1.4. Продвижение и продажи сервисных продуктов	Занятие № 4. Анализ эффективности продаж и методов стимулирования спроса в сервисной деятельности	Выполнение и защита практической работы	2
ИТОГО				8

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины. Предполагается работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях, подготовка к занятиям, текущему контролю знаний, написание конспектов.

Перечень видов работы и вопросов для самостоятельного изучения разделов дисциплины отражен в таблице 6.

Таблица 6

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
Модуль 1. Основы менеджмента и маркетинга в сервисной деятельности			88
1	Модульная единица 1.1. Основы менеджмента и экономики сервисной деятельности	Предмет и задачи дисциплины. Понятие менеджмента и его роль в сервисной сфере. Экономические основы функционирования сервисных предприятий. Принятие управленческих и экономически обоснованных решений в сфере сервиса. История становления менеджмента и маркетинга. Современные концепции и тенденции их развития. Место сервисной деятельности в социально-экономической системе. Связь менеджмента с экономическим планированием и прогнозированием.	18
		Самоподготовка к текущему контролю знаний	4
	Модульная единица 1.2. Планирование и организация сервисных процессов	Методы и приёмы планирования сервисной деятельности. Определение целей и задач управления. Организация деятельности предприятий сферы сервиса. Взаимосвязь планирования, организации и мотивации в управлении сервисными процессами. Принципы распределения ресурсов, времени и персонала. Организационные структуры управления сервисными предприятиями. Документы, регламентирующие организацию сервисной деятельности. Факторы, влияющие на эффективность организации и планирования.	18

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
		Самоподготовка к текущему контролю знаний	4
	Модульная единица 1.3. Маркетинговые исследования и анализ рынка сервисных услуг	Сущность и задачи маркетинга в сервисной деятельности. Методы и инструменты маркетинговых исследований. Анализ поведения потребителей и конкурентов. Роль маркетинговой информации при принятии управленческих решений. Основные этапы маркетингового исследования. Сегментация рынка и позиционирование услуг. Изучение потребностей и мотивации потребителей. Методы анализа конкурентной среды. Использование цифровых инструментов для сбора и анализа маркетинговой информации.	18
		Самоподготовка к текущему контролю знаний	4
	Модульная единица 1.4. Продвижение и продажи сервисных продуктов	Современные подходы к продвижению сервисных услуг. Организация продаж в сфере сервиса. Использование онлайн- и интернет-технологий для продвижения. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий и их влияние на конкурентоспособность предприятия. Методы формирования имиджа и репутации сервисной организации. Стратегии коммуникаций с клиентами. Инструменты стимулирования спроса и повышения лояльности потребителей. Разработка маркетингового плана продвижения. Тенденции цифрового маркетинга в сервисной деятельности.	18
		Самоподготовка к текущему контролю знаний	4
ИТОГО			88

5. ВЗАИМОСВЯЗ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Взаимосвязь учебного материала лекций, практических занятий с тестовыми / экзаменационными вопросами и формируемыми компетенциями представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Л	ПЗ	СРС	Вид контроля
УК-9	+	+	+	Зачет
ОПК-4	+	+	+	Зачет

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Таблица 8 – Карта обеспеченности литературой

Кафедра ТОБ и ПП Направление подготовки 43.03.01 Сервис

Дисциплина Менеджмент и маркетинг в сервисе Количество студентов

Общая трудоемкость дисциплины (очная форма обучения) 108 час.: лекции 8 час; практические работы 8 час;

практические работы час СРС 88 час.

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
Лекции, практические занятия	Учебник									
	Основы маркетинга : [учебное пособие для студентов]	К. В. Чепелева	Краснояр. гос. аграр. ун-т. - Красноярск	2016	+	+ ЭБС Ирбис 64	+		10	35
	Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования	В. Н. Шиловский, А. В. Питухин, В. М. Костюкевич	Санкт-Петербург : Лань	2022		+			https://e.lanbook.com/book/211844	
	Дополнительная									
	Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов	Т. Л. Короткова	Москва : Юрайт	2022		+			https://urait.ru/bcode/491318	
	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики	В. Л. Музыкант.	Москва : Юрайт	2022		+			https://urait.ru/bcode/490280	

Директор библиотеки Зорина Р.А.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Научная электронная библиотека - eLIBRARY.RU
2. Электронно-библиотечная система «Лань» - e.lanbook.com
3. Электронно-библиотечная система «Агрилиб» - <http://ebs.rgazu.ru/>
4. Электронно-библиотечная система «Юрайт» - www.biblio-online.ru

6.3. Программное обеспечение

1. Консультант+
2. Информационно-аналитическая система «Статистика» www.ias-stat.ru
3. Электронный каталог научной библиотеки КрасГАУ Web ИРБИС
4. Google Академия <https://scholar.google.com/> (свободный доступ).

7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Студенты направления подготовки 43.03.01 Сервис, обучаются по модульно-рейтинговой системе.

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущим практические работы по дисциплине в следующих формах:

- выполнение практических работ;
- защита практических работ (ответы на контрольные вопросы).

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета, включающая в себя ответы на теоретические вопросы.

По данной дисциплине детально прописанные критерии оценивания по текущей и промежуточной аттестации представлены в фонде оценочных средств.

Студенты имеющий задолженности по текущей или промежуточной аттестации может их отработать во время консультаций с преподавателем ответив на контрольные вопросы.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения лекционного курса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сервисе» предназначена специализированная аудитория (3-07), в которой имеется Столы ученические, стулья, Мультимедийный проектор Panasonic PT-D3500E\пульт, ИБП Ippon 2000, Компьютер Cel3000 MB Giga-byit GA-81915PC DUO s775 17"Samsung, кафедра для мультимедийного оборудования, настенный экран, доска маркерная настенная. Наборы демонстрационного оборудования и учебные наглядные пособия.

Для проведения практических занятий по дисциплине «Основы проектной деятельности» предназначена специализированная аудитория (3-03), в которой имеется парты, стулья. Экран для демонстрации презентаций.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Методические рекомендации по дисциплине для обучающихся

На освоение дисциплины учебным планом отводится 108 ч. При этом 15 % времени отводится на аудиторские занятия. При преподавании дисциплины методически целесообразно акцентировать внимание студентов на наиболее значимые темы. Лекции и практические занятия необходимо иллюстрировать большим количеством наглядностей, что позволит лучше усвоить материал.

Лекционный курс знакомит с основными положениями дисциплины, нововведениями. Практические занятия помогут студентам овладеть навыками работы с информационными ресурсами.

Студентам рекомендуется ознакомиться с программой курса, методическими указаниями, специальной литературой. Предмет рекомендуется изучать, составляя краткий конспект при подготовке к лабораторным занятиям. Подготовка к предстоящему занятию с помощью конспектов, использование различных методов контроля полученной информации способствует более эффективному усвоению учебного материала. Конспекты необходимо иметь на занятиях во время лабораторных работ. Конспект поможет определить, насколько полно и правильно усвоен материал и будет служить вспомогательным пособием в подготовке

к зачету. Запоминать специальную терминологию обязательно, приветствуется ведение словарика.

9.2. Методические рекомендации по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья послууху:
 - 2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Таблица 10

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

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	<ul style="list-style-type: none">• в печатной форме;• в форме электронного документа;
С нарушением зрения	<ul style="list-style-type: none">• в печатной форме увеличенных шрифтом;• в форме электронного документа;• в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	<ul style="list-style-type: none">• в печатной форме;• в форме электронного документа;• в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет 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 по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

10. ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработали:

Мацкевич Игорь Викторович, к. т. н, доцент

Мальцев Анатолий Анатольевич

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

_____ (подпись)