

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации федеральное
государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вологодская государственная молочнохозяйственная академия
имени Н.В. Верещагина»

Экономический факультет

Кафедра экономики и управления в АПК

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Специальность 36.02.01 Ветеринария

Квалификация – ветеринарный фельдшер

Вологда – Молочное
2025

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО с учетом рекомендаций и ПрОПОП СПО по специальности 36.02.01 Ветеринария

Организация-разработчик: ФГБОУ ВО «Вологодская государственная молочнохозяйственная академия имени Н.В. Верещагина»

Разработчик – к.э.н., доцент Шилова Ирина Николаевна

Программа одобрена на заседании кафедры экономики и управления АПК от «16» января 2025 года, протокол № 5.

Зав. кафедрой, к.ф.н., доцент Шилова Ирина Николаевна

Рабочая программа дисциплины согласована на заседании методической комиссии экономического факультета от «16» января 2025 года, протокол № 5

Председатель методической комиссии, к.ф.н., доцент Дьякова Наталья Сергеевна

1. Цель и задачи учебной дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является - формирование у студентов базовой системы знаний в области экономики организации (предприятия).

Задачи дисциплины:

- получение навыков системного анализа сложных объектов, процессов и явлений в сфере экономических отношений, складывающихся в обществе;
- приобретение знаний об экономической системе промышленного предприятия, ее эволюции и современном состоянии;
- понимание причин, логики, результатов и стратегических направлений рыночных преобразований в России;
- ознакомление с простейшими моделями, используемыми в экономических исследованиях на уровне предприятий

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» относится к обязательной части общепрофессионального цикла примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 36.02.01 Ветеринария и является базовой для получения теоретической и начальной практической подготовки к изучению комплекса ветеринарных дисциплин.

В качестве входных требований выступают сформированные ранее компетенции обучающихся, приобретенные в процессе изучения математики и информатики в общеобразовательной школе.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» направлен на формирование следующих компетенций:

а) общие (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг

В результате освоения дисциплины, обучающийся должен **знать**:

- знать методику расчета показателей деятельности организации
- основные положения экономической теории
- принципы рыночной экономики
- современное состояние и перспективы развития отрасли
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике
- механизмы ценообразования и сбыта к рыночной ситуации продукцию

- формы оплаты труда
- стили управления, виды коммуникации
- принципы делового общения в коллективе
- управленческий цикл
- особенности менеджмента в области животноводства
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом
- формы адаптации

4. Структура и содержание учебной дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	64
в т.ч. в форме практической подготовки	33
в т.ч.	
лекции	11
практические занятия	22
Самостоятельная работа	22
Промежуточная аттестация - экзамен	9

4.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основы экономики		36	
Тема.1.1. Основные положения экономической теории	Содержание учебного материала		ОК 1-04 ОК 07, 09
	Понятие макро- и микроэкономики. Что изучает экономическая теория. Факторы производства. Потребности и блага. Доходы от собственности.	2	
Тема 1.2 Рынок. Фирма. Роль государства в экономике	Содержание учебного материала		ОК 1-04 ОК 07, 09
	Принципы рыночной экономики. Закон спроса. Закон предложения. Рыночное равновесие. Основной и оборотный капитал. Амортизация и обновление основного капитала. Конкуренция: её сущность и формы. Монополия. Олигополия	1	
	В том числе практических занятий		
	1 Практическое занятие № 1 «Определение равновесной цены»	2	
Тема 1.3. Основные показатели экономической эффективности деятельности предприятия	Содержание учебного материала		ОК 1-04 ОК 07, 09
	Основы создания презентаций		
	Понятие прибыль, рентабельность. Виды прибыли. Затраты. Виды затрат. Полная себестоимость	1	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 2 Выполнение задач на определение рентабельности	2	
Практическое занятие № 3 Выполнение задач на определение структуры себестоимости важнейших видов продукции растениеводства;	2		
Практическое занятие № 4 Выполнение задач на определение цены продукции предприятия основными методами.	2		

	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 1.4. Трудовые ресурсы предприятия	Содержание учебного материала		ОК 1-04 ОК 07, 09
	Понятие кадров. Классификация персонала предприятия. Показатели эффективного использования трудовых ресурсов: показатели качественного состояния персонала (коэффициенты текучести кадров, оборотов по приему и выбытию, постоянства кадров, замещения) и показатели производительности труда (выработка, трудоемкость), и рентабельность персонала. Нормирование труда – основа правильной организации труда и заработной платы. Виды норм и методы нормирования. Трудовой кодекс РФ – основа организации оплаты труда на предприятии. Системы оплаты труда: тарифная и бестарифная. Формы оплаты труда в рамках каждой системы. Фонд оплаты труда, состав, порядок определения.	1	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 5 Определение уровня производительности труда	2	
	Практическое занятие № 6 Выполнение расчета фонда оплаты труда	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 1.5. Механизмы ценообразования на продукцию (услуги)	Содержание учебного материала		ОК 1-04 ОК 07, 09
	Понятие цены и ее функции. Виды цен. Ценообразование и его цели. Механизмы ценообразования на услуги	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	8	
Раздел 2. Основы менеджмента		9	
Тема 2.1. Содержание менеджмента. Управленческий цикл	Содержание учебного материала		ОК 1-04 ОК 07, 09
	Понятие и содержание менеджмента. Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности. Цели и задачи менеджмента. Цикл менеджмента (организация, планирование, мотивация и контроль) – основа управленческой деятельности. Характеристика функций цикла. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла. Организация и ее среда. Структура управления организации	1	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 7 Описание внешней и внутренней среды организации	2	
	Практическое занятие № 8 Определение критериев успеха организации. Процесс менеджмента.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	

2.2 Управленческие решения	Содержание учебного материала		ОК 1-04 ОК 07, 09
	Понятие «решение», «управленческое решение». Методы и формы принятия управленческих решений.	1	
2.3 Деловое общение	Содержание учебного материала		ОК 1-04 ОК 07, 09
	Коммуникативность и ее виды. Уровни коммуникации. Информация и ее виды. Поиск информации. Деловое общение, его характеристика. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения.	1	
Раздел 3. Основы маркетинга		10	
3.1 Основы маркетинга. Предмет и содержание дисциплины	Содержание учебного материала		ОК 1-04 ОК 07, 09
	Предмет и содержание дисциплины. Основоположники маркетинга. Теории маркетинга.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
3.2 Комплекс маркетинга	Содержание учебного материала		ОК 1-04 ОК 07, 09
	Основные направления комплекса маркетинга. Принципы «5-Р».	1	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 9 Практическое занятие Решение ситуационных задач	2	
	Практическое занятие № 10 Разработать рекламу «Организация рекламной компании»	4	
Промежуточная аттестация - экзамен		9	
Всего:		64	

4.3. Разделы учебной дисциплины и вид занятий

№ пп	Наименование разделов учебной дисциплины	Лекции	ПЗ	СРС	Всего
1	Раздел 1. Основы экономики	6	12	18	36
2	Раздел 2. Основы менеджмента	3	4	2	9
3	Раздел 3. Основы маркетинга	2	6	2	10
Итого:		11	22	22	55

5. Матрица формирования компетенций по дисциплине

Раздел	Компетенции						Общее количество компетенций
	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 07	ОК 09	
Раздел 1. Основы экономики	+	+	+	+	+	+	6
Раздел 2. Основы менеджмента	+	+	+	+	+	+	6
Раздел 3. Основы маркетинга	+	+	+	+	+	+	6

6. Образовательные технологии

Объем аудиторных занятий всего 55 часов, в т.ч. лекции 11 часов, практические занятия 22 час. 50 % – занятия в интерактивных формах от объема аудиторных занятий.

Семестр	Вид занятия (Л, ПЗ, ЛР и др.)	Используемые интерактивные образовательные технологии и тема занятия	Количество часов
1	Л	Лекции-визуализации. Использование учебных презентаций, видеороликов	6
	ПЗ	Дискуссии с использованием учебных презентаций, видеороликов	11
Итого			17

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Виды самостоятельной работы, порядок их выполнения и контроля

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды СРС	Порядок выполнения СРС	Метод контроля
1	Раздел 1. Основы экономики	подготовка к ПЗ, подготовка к собеседованию, тестированию	работа с лекционным материалом, выполнение практических заданий	письменный контроль, собеседование
2	Раздел 2. Основы менеджмента	подготовка к ПЗ, подготовка к собеседованию, тестированию	работа с лекционным материалом, выполнение практических заданий	письменный контроль, собеседование
3	Раздел 3. Основы маркетинга	подготовка к ПЗ, подготовка к собеседованию, тестированию	работа с лекционным материалом, выполнение практических заданий	письменный контроль, собеседование

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Понятие об экономике и экономической деятельности людей.
2. Составная часть экономики: микро- и макроэкономика.
3. Натуральное хозяйство. Основные черты товарного хозяйства.
4. Значение процесса производства. Факторы производства.
5. Производство и воспроизводства экономического продукта.
6. Спрос. Закон спроса.
7. Спрос. Неценовые факторы спроса.
8. Предложение. Закон предложения.
9. Предложение. Неценовые факторы предложения.
10. Равновесная цена.
11. Безработица: причины и формы.
12. Сущность и виды инфляции.
13. Типы и виды инфляции.
14. Причины и последствия инфляции.
15. Понятие предприятие. Классификация предприятий.
16. Собственность. Формы собственности.
17. Собственность. Организационно – правовые формы предприятий в общественном питании.
18. Субъекты предпринимательской деятельности его виды и сущность.
19. Сущность предпринимательства. Предпринимательские риски.
20. Технология создания предприятия. Нормативная база предприятия.
21. Процедура ликвидации предприятий.
22. Реорганизация и ликвидация предприятий.
23. Организация оплаты труда работников предприятий общественного питания.
24. Понятие об издержках производства.
25. Себестоимость продукции.
26. Цена и ее функции на предприятиях общественного питания.
27. Формирование цены в общественном питании.
28. Основные показатели деятельности предприятия.
29. Производственные фонды предприятий общественного питания.
30. Заработная плата. Формы заработной платы.
31. Товарооборот предприятий общественного питания, его виды и состав.
32. Менеджмент. Цели и задачи менеджмента.
33. Основные функции управления. Цикл менеджмента.
34. Системы методов управления на предприятиях общественного питания.
35. Сущность мотивации.
36. Сущность и виды контроля в системе управления.
37. Принципы формирования системы управления организации.
38. Сущность и особенности управления персоналом организации.
39. Кадровая политика и ее планирование на предприятии.
40. Трудовые ресурсы предприятий общественного питания, их характеристика и порядок формирования.
41. Сущность и роль коммуникаций в системе управления
42. Структура управленческого общения.
43. Цели и задачи самоменеджмента.
44. Социально – экономическая сущность маркетинга и его основные концепции.
45. Основные принципы и функции маркетинга.
46. Управление и комплекс маркетинга.
47. Товар в маркетинговом понимании.
48. Стратегия разработки нового товара.
49. Понятие реклама. Виды рекламы
50. Концепция жизненного цикла товара.
51. Специфика организации маркетинговых исследований на предприятиях общественного питания.
52. Определение спроса и потребностей в условиях предприятий общественного питания.

53. Система товародвижения и управление каналами распределения на предприятиях общественного питания.
54. Дистрибуция.
55. Ценовая политика в комплексе маркетинга.
56. Понятие и сущность цены. Виды цен.
57. Механизм ценообразования на продукцию.
58. Методы ценообразования.
59. Налоговая система РФ.
60. Технология бизнес – планирования.

Пример тестовых заданий

1. К характеристикам плана маркетинга относятся следующие:
 - а) ключевыми для этого плана являются исключительно проблемы работы с каналами сбыта и ценообразования
 - б) на его базе формируется бюджет маркетинга, осуществляется контроль рыночного поведения и результатов фирмы
 - в) на его базе формируется миссия и цели организации
 - г) это организационно-управленческий документ, позволяющий свести воедино все виды маркетинговой деятельности в соответствии с целями фирмы, ее ресурсами, организациейПравильный ответ: б, г

2. Принято считать, что наиболее точно и достоверно состояние рынка определяется
 - а) Внешними и внутренними источниками информации
 - б) Первичной информацией
 - в) Внутренними источниками вторичной информации
 - г) Внешними источниками вторичной информацииПравильный ответ: а

3. Использование товарных марок:
 - а) определяют последующую рекламную компанию;
 - б) делает их признанными;
 - в) выгодно и производителям и потребителям;
 - г) даёт льготы на рынке;
 - д) защищает владельца марки от фальсификации его товара;
 - е) позволяют расширить или разнообразить товарный ассортимент;
 - ж) все перечисленное.Правильный ответ: а, б, д, е

4. Определите цифрами очередность стадий стратегического планирования в маркетинговой деятельности:
 - а) анализ внешней среды
 - б) анализ альтернатив и выбор стратегии
 - в) миссия и цели
 - г) анализ сильных и слабых сторон
 - д) управление реализацией стратегии
 - е) оценка стратегииПравильный ответ: в – 1, а – 2, г – 3, б – 4, д – 5, е – 6.

5. Приведение товара в соответствие с запросами покупателя — это пример
 - а) ориентации на спрос потребителя
 - б) ориентации на производство товара
 - в) ориентации на продажу
 - г) ориентации на рынок
 - д) маркетинговой ориентацииПравильный ответ: д

6. В практике маркетинга применение стратегии селективного сбыта позволяет производителю достигать следующих результатов....

- а) Обеспечивать достаточно широкий охват рынка
- б) Осуществить достаточный контроль сбыта
- в) Обеспечить сбыт в рыночной нише
- г) Полностью контролировать сбыт

Правильный ответ: а, б

7. На поведение потребителя влияние оказывают факторы:

- а) культурные,
- б) географические,
- в) социальные,
- г) личные,
- д) психологические,
- е) частные,
- ж) всё перечисленное

Правильный ответ: а, в, г, д

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Овчаренко, Надежда Александровна. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебник / Н. А. Овчаренко. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 162 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=431711> (дата обращения: 25.07.2023) . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-05267-5 : Б. ц. - Текст : электронный.

2. Порфирьев, Д. Н. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие для студентов СПО / Д. Н. Порфирьев. - Пенза : ПГАУ, 2022. - 192 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/270962>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Б. ц. - Текст : электронный.

б) дополнительная литература

1. Басовский, Леонид Ефимович. Экономика отрасли : учебное пособие / Л. Е. Басовский. - Москва : ИНФРА-М, 2025. - 145 с. - (Среднее профессиональное образование). - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=454359> (дата обращения: 08.10.2024) . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-015694-1 : Б. ц. - Текст : электронный.

2. Кнышова, Елена Николаевна. Экономика организации : учебник / Е. Н. Кнышова, Е. Е. Панфилова. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. - 335 с. - (Среднее профессиональное образование). - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=436132> (дата обращения: 26.09.2023) . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-8199-0696-5 : Б. ц. - Текст : электронный.

3. Коновалов, А. А. Экономика организации : курс лекций и практикум : учебное пособие для СПО / А. А. Коновалов. - 2-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 188 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/421895> (дата обращения: 16.08.2024) . - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-507-50357-5 : Б. ц. - Текст : электронный.

4. Основы менеджмента : учебное пособие / Я. Ю. Радюкова, М. В. Беспалов, В. И. Абдукаримов [и др.]. - Москва : ИНФРА-М, 2025. - 297 с. - (Среднее профессиональное образование). - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=453856> (дата обращения: 26.09.2024) . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-019219-2 : Б. ц. - Текст : электронный.

5. Цветков, А. Н. Основы менеджмента : учебник для СПО / А. Н. Цветков. - 4-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 192 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/386465> (дата обращения: 02.02.2024) . - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-507-47541-4 : Б. ц. - Текст : электронный.

6. Басовский, Леонид Ефимович. Маркетинг : учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2025. - 233 с. - (Среднее профессиональное образование). - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=453683> (дата обращения: 20.09.2024) . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-020419-2 : Б. ц. - Текст : электронный.

7. Лукина, Анастасия Владимировна. Маркетинг : учебное пособие / А. В. Лукина. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. - 238 с. - (Среднее профессиональное образование). - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=436271> (дата обращения: 29.09.2023) . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-00091-694-0 : Б. ц. - Текст : электронный.

8. Шеремет, Анатолий Данилович. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / А. Д. Шеремет. - 2-е изд., доп. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 374 с. - (Среднее профессиональное образование). - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=442164> (дата обращения: 16.02.2024) . - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://znanium.ru/cover/2138/2138998.jpg>. - ISBN 978-5-16-015634-7 : Б. ц. - Текст : электронный.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows XP / Microsoft Windows 7 Professional , Microsoft Office Professional 2003 / Microsoft Office Professional 2007 / Microsoft Office Professional 2010
STATISTICA Advanced + QC 10 for Windows

в т.ч. отечественное

Astra Linux Special Edition РУСБ 10015-01 версии 1.6.

1С:Предприятие 8. Конфигурация, 1С: Бухгалтерия 8 (учебная версия)

Project Expert 7 (Tutorial) for Windows

СПС КонсультантПлюс

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный

Свободно распространяемое лицензионное программное обеспечение:

OpenOffice

LibreOffice

7-Zip

Adobe Acrobat Reader

Google Chrome

в т.ч. отечественное

Яндекс.Браузер

Информационные справочные системы

– Единое окно доступа к образовательным ресурсам – режим доступа: <http://window.edu.ru/>

– ИПС «КонсультантПлюс» – режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

– Интерфакс - Центр раскрытия корпоративной информации (сервер раскрытия информации) – режим доступа: <https://www.e-disclosure.ru/>

– Информационно-правовой портал ГАРАНТ.RU – режим доступа: <http://www.garant.ru/>

– Автоматизированная справочная система «Сельхозтехника» (web-версия) - режим доступ: <http://gtnexam.ru/>

Профессиональные базы данных

– Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – режим доступа: <http://elibrary.ru>

– Научометрическая база данных Scopus: база данных рефератов и цитирования – режим доступа: <https://www.scopus.com/customer/profile/display.uri>

– Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (Открытый доступ)

– Российская Академия Наук, открытый доступ к научным журналам – режим доступа: <http://www.ras.ru> (Открытый доступ)

– Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации –

режим доступа: <http://mcx.ru/> (Открытый доступ)

Электронные библиотечные системы:

- Электронный библиотечный каталог Web ИРБИС – режим доступа: https://molochnoe.ru/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBNAM=STATIC&I21DBN=STATI C
- ЭБС ЛАНЬ – режим доступа: <https://e.lanbook.com/>
- ЭБС Znanium.com – режим доступа: <https://new.znanium.com/>
- ЭБС ЮРАЙТ – режим доступа: <https://urait.ru/>
- ЭБС POLPRED.COM: <http://www.polpred.com/>
- Электронная библиотека издательского центра «Академия»: <https://www.academia-moscow.ru/elibrary/> (коллекция СПО)
- ЭБС ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА – режим доступа: <https://molochnoe.ru/ebs/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 1345 для проведения занятий лекционного и семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность - оборудование: экран для проектора 1 шт., проектор - 1 шт., компьютер в комплекте - 1 шт.

Учебная аудитория 1349 для проведения семинарских и практических занятий, групповых консультаций, промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 1350 Компьютерный класс для проведения семинарских и практических занятий, групповых консультаций. Основное оборудование: 15 компьютеров с доступом в электронно-образовательную среду Академии, ЭБС и сети Интернет

Обеспечение образования для лиц с ОВЗ

Для обеспечения образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья реализация дисциплины может осуществляться в адаптированном виде, исходя из индивидуальных психофизических особенностей и по личному заявлению обучающегося, в части создания специальных условий.

В специальные условия могут входить: предоставление отдельной аудитории, необходимых технических средств, присутствие ассистента, оказывающего необходимую техническую помощь, выбор формы предоставления инструкции по порядку проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, использование специальных технических средств, предоставление перерыва для приема пищи, лекарств и др.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты. Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) 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.

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.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.