

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Колин Андрей Эдуардович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 13.11.2023 20:53:53
 Уникальный программный ключ:
 f6c6d686f0c899fdf76a1ed8b448452ab8cac6fb1af6547b6d40cdf1bdc60ae2

**ФГБОУ ВО ПРИМОРСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ
 АКАДЕМИЯ**

УТВЕРЖДАЮ
 Декан института
 _____ **Т.В. Наумова**
 «17» марта 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
 МАРКЕТИНГ**

Уровень основной профессиональной образовательной программы бакалавриат
Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) Экономика предприятий и организаций
Форма обучения очная, очно-заочная, заочная
Институт землеустройства и агротехнологий
Статус дисциплины (модуля) обязательная часть Б1.О.16
Курс 2 очн./ 2 очн.-заочн. Семестр 3
Учебный план набора 2023 года и последующих лет
Распределение рабочего времени:

Распределение по семестрам

| Семестр | Учебные занятия (час.) | | | | | | Самостоятельная работа | Форма итоговой аттестации | |
|------------------------------|------------------------|------------|--------|----|-------|----------|------------------------|---------------------------|---------|
| | Общий объем | Аудиторные | | | | Контроль | | | |
| | | Всего | Лекции | ЛЗ | ПЗ | | | | КП-КР |
| Очное обучение | | | | | | | | | |
| 3 семестр | 144 | 72 | 36 | | 36 | | 27 | 45 | Экзамен |
| Итого | 144 | 72 | 36 | | 36 | | 27 | 45 | Экзамен |
| Очно-заочное обучение | | | | | | | | | |
| 3 семестр | 144 | 36 | 18 | | 18 | | 27 | 81 | Экзамен |
| Итого | 144 | 36 | 18 | | 18 | | 27 | 81 | Экзамен |
| Итого | 144\144 | 72\36 | 36\18 | | 36\18 | | 27\27 | 45\81 | Экзамен |

Общая трудоёмкость в соответствии с учебным планом в зачётных единицах
 4 ЗЕТ

Лист согласований

Рабочая программа составлена с учетом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 954

Разработчик:

ст. преподаватель ИЗаАТ

(должность)

(подпись)

Федореева О.Е.

(Ф.И.О.)

Рабочая программа одобрена на совете ИЗаАТ, протокол № 4 от «17» марта 2023 г.

1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля): формирование у обучающихся системы знаний о маркетинге как о философии бизнеса и управленческой концепции, как о наборе эффективных современных инструментов, необходимых для функционирования предприятия в условиях высокой конкуренции.

Задачи освоения дисциплины (модуля):

- получение представления о маркетинге как о мировоззрении и культуре, философии и идеологии ведения бизнеса, позволяющем выявлять рыночные потребности и реализовывать концепции маркетинга;
- получение представления об основных принципах маркетинга, о комплексе маркетинга услуг и его составляющих;
- получение знаний основных принципов разработки стратегий и программ маркетинга;
- освоение количественных и качественных методик сбора информации о продуктах, рынках и различных рыночных субъектах;
- освоение организационных структур маркетинговой деятельности, направленных на удовлетворение рыночных потребностей;
- освоение основ управления продуктом, ценообразованием, спросом и предложением;
- умение принимать решения в меняющейся рыночной ситуации и аргументировать их.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы: дисциплина (модуль) находится в обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Индекс Б1. О.16; осваивается в 3 семестре.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код индикатора достижения компетенции | Наименование индикатора достижения компетенции |
|----------------------------------|--|---------------------------------------|--|
| Универсальная компетенция | | | |
| УК-1 | Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК 1.1 | Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи |

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код индикатора достижения компетенции | Наименование индикатора достижения компетенции |
|---|---|---------------------------------------|---|
| Общепрофессиональная компетенция | | | |
| ОПК-4 | Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности | ОПК 4.4 | Осуществляет маркетинговое планирование, определяет состав маркетинговых инструментов и использует их для осуществления рыночной деятельности организации |

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- механизмы научного поиска, анализа, проведения экспериментов, организации опросов, составления анкет и т.п. (УК 1.1);
- основы теории маркетинговой науки и область применения маркетинговых инструментов для решения поставленных экономических задач, технологию планирования маркетинговых исследований и процедуру сбора информации о рынке и деятельности хозяйствующих субъектов (ОПК 4.4).

уметь:

- вести поисковые исследования, используя свои способности, возможности, современные ресурсы, опирающиеся на реальные достижения науки, техники, технологий (УК 1.1);
- использовать систему знаний о принципах маркетинга для организации эффективной работы коммерческих предприятий в условиях рынка; применять инструменты современного маркетинга в различных сферах деятельности организаций (ОПК 4.4).

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц.

| Вид учебной работы | Форма обучения | | Всего часов | |
|---|----------------|--------------|-------------|--------------|
| | очная | Очно-заочная | очная | Очно-заочная |
| Аудиторные занятия (контактная работа обучающихся с преподавателем), всего | 72 | 36 | 52 | 36 |
| в том числе: | | | | |
| Лекции (Л) | 36 | 18 | 36 | 18 |
| Практические занятия (ПЗ) | 36 | 18 | 36 | 18 |

| | | | | |
|---|---------|---------|---------|---------|
| Лабораторные работы (ЛР) | | - | | - |
| Семинары (С) | | - | | - |
| Коллоквиумы (К) | | - | | - |
| <i>Другие виды аудиторной работы</i> | | - | | - |
| Самостоятельная работа (всего) | 45 | 81 | 45 | 81 |
| В том числе: | | | | |
| курсовой проект (работа), (самостоятельная работа), (КП-КР, СР) | - | - | - | - |
| Расчетно-графические работы (РГР) | - | - | - | - |
| Реферат (Р) | - | - | - | - |
| Контрольная работа (КР) | - | - | | - |
| <i>Другие виды самостоятельной работы</i> | - | | | |
| Контроль | 27 | 27 | 27 | 27 |
| Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен) | экзамен | экзамен | экзамен | экзамен |
| Общая трудоемкость час. / зач. ед. | 144/4 | 144/4 | 144/4 | 144/4 |

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий для обучающихся очной формы обучения

5.1 Содержание разделов дисциплины (модуля)

| № п/п | Наименование раздела (темы) дисциплины (модуля) | Содержание раздела (темы) |
|-------|--|---|
| 1. | Тема 1. Маркетинг философия современного бизнеса | 1. Определение маркетинга как философии бизнеса. 2. Актуальное определение маркетинга. 3. Виды маркетинга и принципы организации маркетинговой деятельности в компании. 4. Функции маркетинговой деятельности компании. 5. Роль и значение маркетинга в компании и в рыночной экономике |
| 2. | Тема 2. Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений | 1.Макросреда и микросреда маркетинга. 2.Сущность и последовательность SWOT – анализа 3.Цели и стратегии компании |
| 3. | Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования | 1.Структура маркетинговой информационной системы (МИС). 2. Система маркетинговых исследований. 3. Типы маркетинговых исследований. 4. Сбор информации и оценка маркетинговой среды. 5. Качественные и количественные методики маркетинговых исследований. |
| 4 | Тема 4. Маркетинг- ориентированное планирование | 1. Стратегический подход к управлению маркетингом в компании. 2.Процесс разработки маркетинговых стратегий. 3.Планы и программы маркетинга как инструменты тактического планирования. Назначение, структура плана маркетинга. 3.Маркетинговый контроль: сущность, виды. |

| № п/ п | Наименование раздела (темы) дисциплины (модуля) | Содержание раздела (темы) |
|--------------|---|--|
| 5 | Тема 5. Выбор целевого рынка | 1. Понятие сегментации рынка 2. Выбор целевых сегментов рынка 3. Сегментирование потребительских рынков. 4. Сегментирование рынка товаров промышленного назначения. |
| 6 | Тема 6. Товар и товарная политика в маркетинге | 1. Товар как средство удовлетворения потребностей. 2. Ассортиментная политика предприятия. 3. Жизненный цикл товара и его стадии. 4. Стратегии рыночной, ассортиментной, ценовой и рекламной политики в зависимости от различных стадий жизненного цикла товара. 5. Франчайзинг. Маркетинг услуг. 6. Смысл и содержание современного сервиса. Виды сервиса. |
| 7 | Тема 7. Система распределения и товародвижения в маркетинге | 1. Снабженческо-сбытовая деятельность в системе маркетинга. 2. Каналы распределения и товародвижения в условиях постоянно меняющегося рынка 3. Преимущества и недостатки основных методов продвижения товаров на рынок. Роль запаса в системе товародвижения, виды запасов. 4. Виды торговых посредников и их характеристика 5. Оптовая и розничная торговля |
| 8 | Тема 8. Система маркетинговых коммуникаций | 1. Комплекс маркетинговых коммуникаций 2. Разработка коммуникационной стратегии 3. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций 4. Интернет – маркетинг |

5.2 Разделы дисциплины (модуля) и виды занятий

| № п/ п | Наименование раздела дисциплины (модуля) | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | Семинары | Коллоквиум | Самостоятельная работа | Всего часов |
|--------------|--|--------|----------------------|---------------------|----------|------------|------------------------|-------------|
| 1 | Тема 1. Маркетинг философия современного бизнеса | 4 | 4 | | | | 4 | 12 |
| 2 | Тема 2. Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений | 4 | 4 | | | | 5 | 15 |
| 3 | Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования | 6 | 6 | | | | 6 | 18 |

| № п/ п | Наименование раздела дисциплины (модуля) | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | Семинары | Коллоквиум | Самостоятельная работа | Всего часов |
|--------------|---|-----------|-------------------------|------------------------|----------|------------|---------------------------|-------------|
| 4 | Тема 4. Маркетинг- ориентированное планирование | 4 | 4 | | | | 6 | 14 |
| 5 | Тема 5. Выбор целевого рынка | 4 | 4 | | | | 6 | 14 |
| 6 | Тема 6. Товар и товарная политика в маркетинге | 4 | 4 | | | | 6 | 14 |
| 7 | Тема 7. Система распределения и товародвижения в маркетинге | 4 | 4 | | | | 6 | 14 |
| 8 | Тема 8. Система маркетинговых коммуникаций | 6 | 6 | | | | 6 | 18 |
| | Контроль | | | | | | | 27 |
| | Всего | 36 | 36 | | | | 45 | 144 |

6 Методы и формы организации обучения

Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий в часах (не предусмотрены)

7 Лабораторный практикум (не предусмотрен)

8 Практические занятия

| № п/ п | № раздела дисциплины (модуля) из таблицы 5.1 | Наименование практического занятия | Трудо- ёмкость, час. |
|--------------|---|--|----------------------------|
| 1 | 1 | Тема 1. Маркетинг философия современного бизнеса | 4 |
| 2 | 2 | Тема 2. Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений | 4 |
| 3 | 3 | Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования | 6 |
| 4 | 4 | Тема 4. Маркетинг- ориентированное планирование | 4 |
| 5 | 5 | Тема 5. Выбор целевого рынка | 4 |
| 6 | 6 | Тема 6. Товар и товарная политика в маркетинге | 4 |
| 7 | 7 | Тема 7. Система распределения и товародвижения в маркетинге | 4 |
| 8 | 8 | Тема 8. Система маркетинговых коммуникаций | 6 |
| | Всего | | 36 |

9 Самостоятельная работа

| № п/п | № раздела дисциплины (модуля) | Содержание самостоятельной работы (детализация) | Трудоемкость (час.) | Контроль выполнения (опрос, тест, дом. задание и т. д.) |
|-------|-------------------------------|---|------------------------|--|
| 1 | 1 | Тема 1. Маркетинг философия современного бизнеса Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Подготовка реферата | 4 | Опрос (устно). Реферат (письменно) |
| 2 | 2 | Тема 2. Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата | 5 | Опрос (устно). Задачи (презентация) Реферат (письменно) Тест (письменно). |
| 3 | 3 | Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования. Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата | 6 | Опрос (устно). Задачи(презентация) Реферат (письменно) Тест (письменно). |
| 4 | 4 | Тема 4. Маркетинг- ориентированное планирование Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата. Решение теста | 6 | Опрос (устно). Задачи(презентация) Реферат (письменно) |
| 5 | 5 | Тема 5. Выбор целевого рынка Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата. | 6 | Опрос (устно). Задачи(письменно) Реферат (письменно). |
| 6 | 6 | Тема 6. Товар и товарная политика в маркетинге Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата. | 6 | Опрос (устно). Задачи(презентация) Реферат (письменно). |
| 7 | 7 | Тема 7. Система распределения и товародвижения в маркетинге Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата. | 6 | Опрос (устно). Задачи(письменно) Реферат (письменно). |
| 8 | 8 | Тема 8. Система маркетинговых коммуникаций Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата. | 6 | Опрос (устно). Задачи(письменно) Реферат (письменно). |

10 Примерная тематика курсовых проектов (работ) (не предусмотрена)

11 Перечень основной и дополнительной учебной литературы,

необходимой для освоения дисциплины (модуля)

11.1 Основная литература

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Юрайт, 2019. — 559 с. — ISBN 978-5-534-05818-5. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431782> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст: электронный.
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2021. — 419 с. — ISBN 978-5-534-13841-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/468861> (дата обращения: 25.06.2021). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст: электронный.
3. Маркетинг : учебник и практикум / Л. А. Данченко [и др.] ; под ред. Л. А. Данченко. — М.: Юрайт, 2021. — 486 с. — ISBN 978-5-534-01560-7. — URL: <https://urait.ru/bcode/468736> (дата обращения: 25.06.2021). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.

11.2 Дополнительная литература

1. Маркетинг в агропромышленном комплексе: учебник и практикум / Н. В. Акканина [и др.]; под ред. Н. В. Акканиной. — М.: Юрайт, 2017. — 314 с. - ISBN 978-5-534-03123-2.
2. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум / Н. В. Суркова [и др.] ; под ред. Н. В. Сурковой. — М.: Юрайт, 2019. — 314 с. — ISBN 978-5-534-03123-2.— URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433025> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.
3. Маркетинг. Практикум : учеб. пособие / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М.: Юрайт, 2019. — 325 с. — ISBN 978-5-9916-8852-9.— URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432769> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.
4. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум / И. В. Липсиц [и др.]; под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — М. : Юрайт, 2019. — 379 с. — ISBN 978-5-534-01165-4.— URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432976> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.
5. Соловьев, Б.А. Маркетинг: учебник / А.Б. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 336 с. - ISBN 978-5-16-003647-2.

11.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

1. Федореева О.Е. Маркетинг: методические указания для практических занятий и самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика/ сост. О.Е. Федореева; ФГБОУ ВО Приморская ГСХА. – Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2021. – 30 с.
2. Федореева О.Е. Маркетинг: методические указания по выполнению контрольной работы обучающимися по направлению подготовки 38.03.01

Экономика / сост. О.Е. Федореева; ФГБОУ ВО Приморская ГСХА. – Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2021. – 17 с.

11.4 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

| Наименование | Назначение |
|----------------------------|---|
| MS Windows 7 | Контроль использования и распределения ресурсов вычислительной системы и организация взаимодействия пользователя с компьютером. |
| MS Office 2010 | Создание и редактирование текстовых документов; обработка табличных данных и выполнений вычислений; подготовка электронных презентаций; создание и редактирование рисунков и деловой графики. |
| Sun Rav Software | Инструмент компьютерного тестирования и создания электронных книг и учебников. |
| Sumatra PDF | Программа для просмотра электронных документов |
| ESET Nod 32 Smart Security | Средство антивирусной защиты |
| Google Chrome | Браузер для работы в сети Internet |

11.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины (модуля)

| Наименование | Назначение |
|---------------------------------|---|
| Электронно-библиотечная система | Работа в электронно-библиотечной системе издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ |
| Электронная библиотека | Работа в электронной библиотеке методических материалов ФГБОУ ВО Приморская государственная сельскохозяйственная академия http://elib.primacad.ru/ |
| Образовательный портал | Работа в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО Приморская государственная сельскохозяйственная академия http://de.primacad.ru/ |

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

| | |
|---|---|
| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы |
| 692519, г. Уссурийск, ул. Раздольная, 8а Лекционная. Аудитория №3 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа | Количество посадочных мест – 70. Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая Столы лекционные. Переносное мультимедийное оборудование : ноутбук (Samsyng R530 15,6), экран |

| | |
|---|---|
| | (Projecta 145×145 см) на штативе, мультимедийный проектор Sanyo PLC-XU-84. |
| 692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Раздольная, д. 8а Кабинет №219. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитория для проведения занятий с лицами с ОВЗ и инвалидами | Комплект специальной учебной мебели. Столы учебные - 16 шт. Количество посадочных мест – 25. Доска аудиторная меловая. Ноутбук (Samsung R530 15,6 -1 шт.) Экран (Projecta 145×145 см на штативе - 1 шт.) Мультимедийный проектор Epson (EB-W12 -1 шт.) <i>Приспособленность помещений для использования инвалидами и лицами с ОВЗ</i> Специальные столы для лиц с ОВЗ - 6 штук. Информационная табличка рельефно-точечного шрифта Брайля. Для лиц с нарушением опорно-двигательной системы - одинарный стол у дверного проема. USB-камера с зумирующим оптическим объективом — переносное устройство, подключаемое к ноутбуку, позволяющее рассматривать удаленные предметы и приближать изображение с учебной доски или экрана установки мультимедиа. Радиокласс (радиомикрофон) "Сонет-PCM" РМ- 3-1 (заушный индуктор и индукционная петля) — индивидуальное и групповое средство для обучения лиц с ослабленным слухом. Портативная информационная индукционная система "Исток А2" — для общения с лицами с ослабленным слухом, пользующимися слуховыми аппаратами. Портативный ручной видеувеличитель «Рубин» RUBY — мобильное устройство с ЖК дисплеем и камерой, позволяет лицам с ослабленным зрением читать литературу и рассматривать удаленные предметы. |
| 692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Раздольная, д. 8а Читальный зал Аудитория для самостоятельной работы | Комплект специализированной мебели, 17 ПК (Celeron D, Amd E350, Pentium G870, Intel Core 2 Duo) принтер, сканер. Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в ЭБС издательства «Лань»; обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ФГОУ ВО Приморская ГСХА; в электронную библиотеку методических материалов ФГОУ ВО Приморская ГСХА |

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (является отдельным документом).

14. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Федореева О.Е. Маркетинг: методические указания для практических занятий и самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика/ сост. О.Е. Федореева; ФГБОУ ВО Приморская ГСХА. – Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2021. – 30 с.

15. Особенности реализации дисциплины (модуля) для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

15.1 Наличие соответствующих условий реализации дисциплины (модуля).

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления дисциплина (модуль) реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояний здоровья (далее – индивидуальных особенностей). Обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения индивидуального и коллективного пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа к зданиям и помещениям где проходят занятия, другие условия, без которых невозможно или затруднено изучение дисциплины (модуля).

15.2 Обеспечение соблюдения общих требований.

При реализации дисциплины (модуля) на основании письменного заявления обучающегося, обеспечивается соблюдение следующих общих требований: проведение занятий-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудности для обучающихся; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего (их) обучающимся необходимую юридическую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании их письменного заявления; пользование необходимыми обучающимися техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей.

15.3 Доведение до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме всех локальных нормативных актов ФГБОУ ВО Приморская ГСХА по вопросам реализации образовательной программы.

Локальные нормативные акты ФГБОУ ВО Приморская ГСХА по вопросам реализации данной образовательной программы доводятся до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

15.4 Реализация увеличения продолжительности прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, на компьютере, в форме тестирования и т.д.). Продолжительность прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья. Продолжительность подготовки обучающегося к ответу увеличивается не менее чем на 0,5 часа.