

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 15.01.2026 17:55:25
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ДВ.02.02 Управление жизненным циклом продукта
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Логистика
(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора - 2023

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Берко Анна Константиновна., канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна., канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики

Рабочая программа дисциплины Б.1.В.ДВ.02.02. Управление жизненным циклом продукта одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого института управления – филиала РАНХиГС.

протокол № 1 от «5» ноября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
изучение теории и практики современных концепций маркетинга в управлении жизненным циклом продукта как важнейшего рыночного инструмента управления экономикой, особенностями понимания его сущности, принципов построения рациональной модели цикла продукта, изучения факторов, влияющих на организацию и эффективность системы товародвижения	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
<ul style="list-style-type: none"> – сформировать представления о понятии и основных решениях в области продуктовой политики; – освоить навыки организации и управления сервисом в системе товарной политики; – овладеть системным подходом в формировании сущности жизненного цикла товара; – овладеть знаниями, позволяющими разбираться в планировании ценообразования, рыночных и финансовых аспектах сущности технологического процесса создания нового продукта; – формирование рационального мышления в понимании тенденций, экономической ситуации, законов, принципов развития эффективной системы товародвижения и сбыта. 	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.ДВ.02.02
<i>1.3.1. Дисциплина "Управление жизненным циклом продукта" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Введение в профессию	
Макроэкономика	
Основы научных исследований	
<i>1.3.2. Дисциплина "Управление жизненным циклом продукта" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Логистика снабжения	
Логистика сетевой торговли	
Управление ресурсами и затратами	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-3.3: Учитывает в профессиональной деятельности принципы и методы прогнозирования и планирования для осуществления эффективного управления жизненным циклом продукта</i>	
Знать:	
Уровень 1	основные понятия управления жизненным циклом продукта
Уровень 2	основные принципы управления жизненным циклом продукта
Уровень 3	методы прогнозирования и планирования для осуществления эффективного управления жизненным циклом продукта
Уметь:	
Уровень 1	управлять логистическими процессами и обеспечивать доступность продукта для потребителей
Уровень 2	анализировать рынок и конкурентную среду для определения потребностей и требований к продукту
Уровень 3	управлять процессом проектирования и разработки продукта, включая определение требований к функциональности, дизайну и качеству
Владеть:	
Уровень 1	навыками управления логистическими процессами и обеспечения доступности продукта для потребителей
Уровень 2	навыками анализа рынка и конкурентной среды для определения потребностей и требований к продукту
Уровень 3	навыками управления процессом проектирования и разработки продукта, включая определение требований к функциональности, дизайну и качеству
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-4.6: Обладает навыками управления жизненным циклом продукта для планирования деятельности подразделений</i>	
Знать:	
Уровень 1	основы планирования деятельности подразделений
Уровень 2	этапы жизненного цикла продукта

Уровень 3	требования к функциональности, дизайну и качеству
Уметь:	
Уровень 1	управлять производственными процессами и контролировать качество продукта
Уровень 2	обеспечивать доступность продукта для потребителей
Уровень 3	проводить мониторинг и анализ продаж, уровня удовлетворенности клиентов и обратной связи для определения необходимости изменений в продукте или стратегии продвижения
Владеть:	
Уровень 1	навыками разработки плана управления жизненным циклом продукта, включающего в себя планирование, контроль и оценку результатов
Уровень 2	способностями оценивать эффективность стратегии управления жизненным циклом продукта и определять необходимость корректировок
Уровень 3	навыками коммуникации и управления командой в процессе управления жизненным циклом продукта

В результате освоения дисциплины "Управление жизненным циклом продукта" обучающийся

3.1 Знать:	
	процесс управление жизненным циклом продукта;
	ключевые проблемы управления жизненным циклом продукта
3.2 Уметь:	
	разрабатывать коммуникационную политику и учитывать интересы участников в процессе управления продуктами;
	проводить интеграцию процессов управления продуктами в рамках жизненного цикла;
	измерять и оценивать процесс оказания услуг и производства товара в рамках жизненного цикла
3.3 Владеть:	
	навыками оценки качества услуги, товара;
	навыками ключевых проблем управления жизненным циклом продукта

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Управление жизненным циклом продукта" видом промежуточной аттестации является Экзамен

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Управление жизненным циклом продукта" составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Теоретические основы управления жизненным циклом продукта						

Тема 1.1. Понятие продукта и его виды /Лек/	4	2	ПК-3.3 ПК-4.6 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Понятие продукта и его виды /Сем зан/	4	4	ПК-3.3 ПК-4.6 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Понятие продукта и его виды /Ср/	4	3	ПК-3.3 ПК-4.6 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Понятие и основные решения, принимаемые в области продуктовой политики предприятия /Лек/	4	2	ПК-3.3 ПК-4.6 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Понятие и основные решения, принимаемые в области продуктовой политики предприятия /Сем зан/	4	4	ПК-3.3 ПК-4.6 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Понятие и основные решения, принимаемые в области продуктовой политики предприятия /Ср/	4	2	ПК-3.3 ПК-4.6 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3.Понятие и свойства товара, товарный знак, марка, марочное название и их сущность /Лек/	4	2	ПК-3.3 ПК-4.6 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3.Понятие и свойства товара, товарный знак, марка, марочное название и их сущность /Сем зан/	4	4	ПК-3.3 ПК-4.6 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3.Понятие и свойства товара, товарный знак, марка, марочное название и их сущность /Ср/	4	3	ПК-3.3 ПК -4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1	0	

				Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3		
Раздел 2. Сущность концепции жизненного цикла продукта						
Тема 2.1. Основные стадии жизненного цикла продукта и их характеристики /Лек/	4	2	ПК-3.3 ПК-4.5 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Основные стадии жизненного цикла продукта и их характеристики /Сем зан/	4	4	ПК-3.3 ПК -4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Основные стадии жизненного цикла продукта и их характеристики /Ср/	4	3	ПК-3.3 ПК -4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Роль ЖЦП в формировании продуктовой политики предприятия /Лек/	4	2	ПК-3.3 ПК -4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Роль ЖЦП в формировании продуктовой политики предприятия /Сем зан/	4	4	ПК-3.3 ПК -4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Роль ЖЦП в формировании продуктовой политики предприятия /Ср/	4	3	ПК-3.3 ПК -4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Особенности и процесс управления ЖЦП с использованием маркетинговых средств. /Лек/	4	2	ПК-3.3 ПК -4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	

Тема 2.3. Особенности и процесс управления ЖЦП с использованием маркетинговых средств. /Сем зан/	4	4	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Особенности и процесс управления ЖЦП с использованием маркетинговых средств. /Ср/	4	3	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 3. Планирование и процесс разработки продукта						
Тема 3.1. Особенности планирования продукта. Виды информации для планирования продукта, методы ее получения /Лек/	4	2	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Особенности планирования продукта. Виды информации для планирования продукта, методы ее получения /Ср/	4	3	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Особенности планирования продукта. Виды информации для планирования продукта, методы ее получения /Сем зан/	4	4	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Технология создания нового продукта /Лек/	4	2	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Технология создания нового продукта /Сем зан/	4	4	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Технология создания нового продукта /Ср/	4	3	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1	0	

				Л3.2 Э1 Э2 Э3		
Тема 3.3. Выведение продукта на рынок и способы его продвижения /Лек/	4	2	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3. Выведение продукта на рынок и способы его продвижения /Сем зан/	4	4	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3. Выведение продукта на рынок и способы его продвижения /Ср/	4	2	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.3. Выведение продукта на рынок и способы его продвижения /Конс/	4	2	ПК-3.3 ПК-4.6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>1 В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.</p> <p>2 В процессе освоения дисциплины используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ).</p> <p>Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных исследований, справочных материалов, научных статей, нормативно-законодательной базы и т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.</p> <p>При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др.</p> <p>В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.</p> <p>3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, презентации, эмпирического исследования.</p>
--

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература
1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	О. О. Савченкова	Управление жизненным циклом продукта: конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (91 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2021
Л1.2	Н. В. Агаркова, В. Е. Малиненко	Маркетинг : учебно-методическое пособие (323 с.)	Донецк : ДонАУиГС, 2017
Л1.3	Котлер Ф.	Основы маркетинга (736 с.)	М. : Прогресс, 1991
Л1.4	Котлер Филип	Маркетинг менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль (896 с.)	СПб : Питер, 1999

2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Н. А. Нагапетьянца	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие (282 с.)	Москва : ИНФРА-М, 2014
Л2.2	Жданова, Т. С., Корионова, В. О.	Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО (98 с.)	Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019
Л2.3	Кен, Швабер	Скрам: гибкое управление продуктом и бизнесом (240 с.)	Москва : Альпина Паблишер, 2020

3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	О. О. Савченкова	Управление жизненным циклом продукта: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили : «Маркетинг», «Логистика») очной / заочной форм обучения (47 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020
Л3.2	О. О. Савченкова	Управление жизненным циклом продукта: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили : «Маркетинг», «Логистика») очной / заочной форм обучения (22 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020

4.2. Перечень ресурсов

информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал «Экономика и менеджмент систем управления»	http://www.sbook.ru/emsu/
Э2	Журнал «Актуальные вопросы экономических наук».	http://elibrary.ru
Э3	Журнал «Казанская наука». Методика управления финансами по стадиям жизненного цикла продукта	http://elibrary.ru

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации;
- электронные презентации;
- электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь для взаимодействия с обучающимися;
- дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды;
- Яндекс.Телемост, SberJazz используются для проведения дистанционного обучения и консультаций;
- электронные библиотечные ресурсы

Программное обеспечение: MSWord, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда.

22. Использование средств продвижения на стадиях ЖЦП.
23. Регулирование ценовой политики на стадиях ЖЦП.
24. Конкурентоспособность товара и ее зависимость от стадий ЖЦ.
25. Позиционирование товара.
26. Брендинг.
27. Инструменты и технологии продукт-менеджмента.
28. Связь концепции ЖЦП с матрицей БКГ.
29. Параметры конкурентоспособности товара.
30. Основные продуктовые стратегии.

5.2. Темы письменных работ

Примерные темы рефератов/докладов по дисциплине

1. Исследование факторов успеха и неудач новых товаров.
2. Содержание бизнес-плана по созданию нового продукта и роль маркетинга в его разработке.
3. Выбор методов проведения маркетинговых исследований для создания нового продукта.
4. Понятие, особенности и структура потребительского рынка, его влияние на ассортиментную стратегию фирмы.
5. Выбор целевого сегмента рынка для решения бытовых проблем фирмы.
6. Основные критерии и стратегии сегментации.
7. Разработка цепи стратегических решений компании в управлении ЖЦП.
8. Разработка стратегии маркетинга компании.
9. Разработка продуктовой политики компании, реализующей концепцию социально-этичного маркетинга.
10. Анализ рыночных возможностей компании по созданию нового продукта.
11. Исследование показателей конкурентоспособности товара.
12. Исследование показателей конкурентоспособности товара.
13. Управление жизненным циклом продукта средствами маркетинга.
14. Товарная политика фирмы: виды и особенности.
15. Значение дизайна для рыночного успеха товара.
16. Роль маркетинга в планировании нового продукта.
17. Основные функции упаковки и ее роль в рыночном успехе товара.
18. Разработка товарной марки и фирменного стиля компании.
19. Разработка системы ценообразования для товаров (услуг) компании.
20. Сущность и способы позиционирования товара на рынке.
21. Понятие, особенности и разработка комплекса маркетинга для промышленного предприятия.
22. Разработка рекламной компании для товара (услуги) предприятия.
23. Пути повышения эффективности рекламной компании.
24. Выбор средства передачи рекламного сообщения на стадиях ЖЦ.
25. Стимулирование сбыта как важное средство успешного продвижения продукции на рынок.
26. Основное содержание и проблемы маркетинговой деятельности в сфере услуг (на примере банков, страховых компаний, торговых предприятий; предприятий бытового обслуживания и т.д.).
27. Особенности и виды международных маркетинговых исследований.
28. Экспортная политика предприятий и ее маркетинговое обеспечение.
29. Особенности управления ЖЦТ в международных фирмах.
30. Мотивационный анализ и его использование в маркетинге.
31. Разработка системы управления маркетинговой деятельностью компании.
32. Разработка маркетинговой информационной системы предприятия.
33. Особенности маркетинга при различных состояниях спроса.
34. Социальные последствия "недобросовестного" маркетинга и пути их преодоления.
35. Использование интернет-технологий в маркетинге.
36. Исследование этапов процесса принятия потребителем решения о покупке.
37. Разработка стратегии маркетинга в организации.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Управление жизненным циклом продукта" разработан в соответствии с локальным нормативным актом Донецкого филиала РАНХиГС.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние

задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы студента на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения.

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках изучения дисциплины:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение заданий по контролю знаний.

Рекомендуется с самого начала освоения учебного материала работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы имеют определенную специфику. При освоении материала обучающийся может пользоваться библиотекой, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контроля знаний по разделам

К контролю знаний по разделам необходимо готовиться путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации студентам по подготовке к итоговому контролю

При подготовке к итоговому контролю обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контроль знаний по разделам.