

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Чувашский государственный аграрный университет" (ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ)

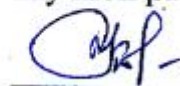
Кафедра

Экономики, менеджмента и агроконсалтинга

Рег. № 2020/38.03.07/Б1.В.ДВ.09.02

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
научной работе



Л.М. Корнилова

31 августа 2020 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.ДВ.09.02

Визуальный мерчандайзинг

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 12

самостоятельная работа 92

часов на контроль 4

Виды контроля на курсах:

зачеты 3

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	92	92	92	92
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.э.н., доцент, Семенова А. Н.

Рабочая программа дисциплины

Визуальный мерчандайзинг

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 ТОВАРОВЕДЕНИЕ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 04.12.2015 г. № 1429)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

утвержденного учёным советом вуза от 20.05.2019 протокол № 11

утвержденного учёным советом вуза от 20.04.2020 протокол № 12

Рабочая программа дисциплины актуализирована на основании приказа от 14.07.2020 г. № 98-о и решения Ученого совета ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ (протокол № 18 от 28 августа 2020 г.) в связи с изменением наименования с федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Чувашская государственная сельскохозяйственная академия» (ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА) на федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Чувашский государственный аграрный университет» (ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ).

В рабочую программу дисциплины внесены соответствующие изменения: в преамбуле и по тексту слова «Чувашская государственная сельскохозяйственная академия» заменены словами «Чувашский государственный аграрный университет», слова «Чувашская ГСХА» заменены словами «Чувашский ГАУ», слово «Академия» заменено словом «Университет» в соответствующем падеже.

Рабочая программа одобрена на заседании выпускающей кафедры

Протокол от 31 августа 2020 г. № 1

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения дисциплины «Визуальный мерчандайзинг» является приобретение теоретических знаний и практических умений и навыков в области мерчандайзинга.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.ДВ.09
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Экономика
2.1.2	Товарный менеджмент
2.1.3	Современные технологии прогнозирования развития рынков сбыта сельскохозяйственной продукции и продовольственных товаров
2.1.4	Прогнозирование товарных рынков
2.1.5	Эстетика и дизайн продовольственных товаров
2.1.6	Прогнозирование товарных рынков
2.1.7	Современные технологии прогнозирования развития рынков сбыта сельскохозяйственной продукции и продовольственных товаров
2.1.8	Товарный менеджмент
2.1.9	Экономика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Эстетика и дизайн продовольственных товаров
2.2.2	Маркетинг в АПК
2.2.3	Организация и управление коммерческой деятельностью
2.2.4	Формирование и оценка конкурентоспособности сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров
2.2.5	Системы менеджмента качества
2.2.6	Средства и методы управления качеством
2.2.7	Экономика предприятия
2.2.8	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.10	Преддипломная практика
2.2.11	Маркетинг в АПК
2.2.12	Системы менеджмента качества
2.2.13	Средства и методы управления качеством
2.2.14	Формирование и оценка конкурентоспособности сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров
2.2.15	Экономика предприятия
2.2.16	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.17	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.18	Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-7: умением анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента

Знать:	
	методические основы проведения анализа спроса и предложения торгового ассортимента
Уметь:	
	анализировать спрос и предложение торгового ассортимента
Владеть:	
	навыками разработки мероприятий по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента

ПК-6: навыками управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов

Знать:	
---------------	--

	количественные, качественные, ассортиментные и стоимостные характеристики товаров на определенных этапах жизненного цикла ассортимента
Уметь:	
	управлять основными характеристиками товаров на всех жизненных циклах ассортимента
Владеть:	
	навыками оптимизации товарного ассортимента с целью сокращения потерь и сверх нормативных запасов

ПК-1: умением анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства	
Знать:	
	базовые требования качества, безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства потребительских товаров
Уметь:	
	анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом обязательных требований
Владеть:	
	навыками анализа коммерческого предложения и выбора поставщиков потребительских товаров

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	-методические основы проведения анализа спроса и предложения торгового ассортимента;
3.1.2	-количественные, качественные, ассортиментные и стоимостные характеристики товаров на определенных этапах жизненного цикла ассортимента;
3.1.3	-базовые требования качества, безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства потребительских товаров
3.2	Уметь:
3.2.1	-анализировать спрос и предложение торгового ассортимента;
3.2.2	-управлять основными характеристиками товаров на всех жизненных циклах ассортимента;
3.2.3	-анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом обязательных требований
3.3	Владеть:
3.3.1	-навыками разработки мероприятий по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента;
3.3.2	-навыками оптимизации товарного ассортимента с целью сокращения потерь и сверх нормативных запасов;
3.3.3	-навыками анализа коммерческого предложения и выбора поставщиков потребительских товаров

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте. пакт.	Примечание
	Раздел 1. Содержание тематики курса						
1.1	История и современное развитие визуального мерчандайзинга /Ср/	3	8	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.2	Определение, цели, задачи и принципы визуального	3	12	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.3	Покупатели как объект визуального мерчандайзинга /Пр/	3	2	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	творческое занятие
1.4	Покупатели как объект визуального мерчандайзинга /Ср/	3	12	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.5	Методы применения визуального мерчандайзинга: размещение товара /Пр/	3	1	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.6	Методы применения визуального мерчандайзинга: размещение товара /Ср/	3	12	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.7	Планирование торгового зала как эффективный способ как визуального мерчандайзинга /Пр/	3	2	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	творческое занятие
1.8	Планирование торгового зала как эффективный способ как визуального мерчандайзинга /Ср/	3	12	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	

1.9	Правила и инструменты визуального мерчандайзинга /Лек/	3	2	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	2	проблемная лекция
1.10	Правила и инструменты визуального мерчандайзинга /Пр/	3	1	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.11	Правила и инструменты визуального мерчандайзинга /Ср/	3	12	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.12	Организация деятельности отдела мерчандайзинга /Пр/	3	1	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.13	Организация деятельности отдела мерчандайзинга /Ср/	3	12	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.14	Стратегии обеспечения эффективности визуального мерчандайзинга /Пр/	3	1	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.15	Стратегии обеспечения эффективности визуального мерчандайзинга /Ср/	3	12	ПК-7 ПК-6 ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.16	Зачет /Зачёт/	3	4			0	
1.17	Определение, цели, задачи и принципы визуального мерчандайзинга /Лек/	3	2			0	проблемная лекция

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Примерный перечень вопросов к зачету

Вопросы к зачету

1. Понятие и сущность визуального мерчандайзинга
2. Цели и задачи, объект и субъект визуального мерчандайзинга
3. Принципы визуального мерчандайзинга.
4. Функции визуального мерчандайзинга.
5. Методы визуального мерчандайзинга.
6. Происхождение и эволюция визуального мерчандайзинга.
7. Развитие визуального мерчандайзинга на современном этапе.
8. Процесс принятия решения покупателем.
9. Психологические особенности человеческого восприятия.
10. Визуальный мерчандайзинг.
11. Виды организации мерчандайзинга в компании.
12. Функции отдела мерчандайзинга в компании.
13. Основные функции мерчандайзера в торговой точке.
14. Сущность и значение торговых каналов в мерчандайзинге.
15. Понятие и виды точек продажи.
16. Категорийный мерчандайзинг.
17. Понятие эффективности мерчандайзинга.
18. Показатели эффективности мерчандайзинга.
19. Запас как принцип эффективного мерчандайзинга.
20. Расположение в торговом зале как принцип эффективного мерчандайзинга.
21. Правила представления товара как принцип эффективного мерчандайзинга.
22. Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина
23. Факторы, формирующие атмосферу магазина
24. Чувственные составляющие атмосферы магазина
25. Содержание и цели внутренней планировки.
26. Сегментация площади торгового зала и расчет основных коэффициентов эффективности внутренней планировки.
27. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон.
28. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров
29. Характеристики движения покупателей по магазину.
30. Размещение площади подсобных помещений.
31. Виды торгово-технологического оборудования.
32. Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения.
33. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала.
34. Сущность выкладки и её разновидности.
35. Общие принципы и стандарты выкладки.
36. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.
37. Сущность, виды и формы сэмпинга, значение сэмпинга в розничной торговле.
38. Понятие, значение и виды POS-материалов.
39. Сущность товарной категории.
40. Формирование категорий: принцип совместного размещения.
41. Особенности визуального мерчандайзинга.
42. Система управления выкладкой товара в визуальном мерчандайзинге.

5.2. Примерный перечень вопросов к экзамену	
учебным планом не предусмотрено	
5.3. Тематика курсовых работ (курсовых проектов)	
учебным планом не предусмотрено	
5.4. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля	
Тематика докладов	
1. Сущность и история развития мерчандайзинга 2. Основные правила мерчандайзинга 3. Организация торгового пространства: принципы, виды. 4. Основные правила размещения товара. 5. Виды выкладки. 6. Правила оформления и размещения ценников 7. Способы замедления потоков покупателей 8. Распределение рекламных материалов по местам размещения. 9. Проектирование торговой зоны. 10. Методы мерчандайзинга поставщика 11. Определение месторасположения торговой точки 12. Использование стимулирующих акций 13. Интерактивный мерчандайзинг 14. Организация работы мерчандайзеров 15. Виды организационных структур отдела мерчандайзинга 16. Содержание мерчандайзинга для предприятия розничной торговли. 17. Перекрестная торговля. 18. Продажи товаров по методу АВС. 19. Метод импульсных продаж предприятия розничной торговли. 20. Классификации средств и материалов POS-рекламы. 21. Выкладка товаров в торговом зале.	

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛП.1	Синяева И. М.	Маркетинг в торговле: учебник для бакалавров	М.: Дашков и К, 2018	Электронный ресурс
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛП.1	Осипова Л. В., Синяева И. М.	Основы коммерческой деятельности: учебник	М.: ЮНИТИ, 2001	0
ЛП.2	Зонova Л. Н., Михайлова Л. В., Власова Е. Н., Койтова Ж. Ю.	Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебное пособие для бакалавров	М.: Дашков и К, 2016	Электронный ресурс
6.3.1 Перечень программного обеспечения				
6.3.1.1	ОС Windows XP			
6.3.1.2	SuperNovaReaderMagnifier			
6.3.1.3	bCad Витрина			
6.3.1.4	НашСад10.4			
6.3.1.5	Project 2016			
6.3.1.6	Access 2016			
6.3.1.7	VisualStudio 2015			
6.3.1.8	Office 2007 Suites			
6.3.1.9	MozillaFirefox			
6.3.1.10	MozillaThunderbird			
6.3.1.11	7-Zip			

6.3.1.12	Справочная правовая система КонсультантПлюс
6.3.1.13	Электронный периодический справочник «Система Гарант»
6.3.1.14	OfficeStandard 2010
6.3.1.15	OC Windows Vista
6.3.1.16	LibreOffice
6.3.1.17	OfficeStandard 2013
6.3.1.18	OC Windows 7
6.3.1.19	OC Windows 8
6.3.1.20	OC Windows 10
6.3.1.21	Project Expert 7 Holding
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	Электронная библиотечная система издательства «Лань». Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://e.lanbook.com
6.3.2.2	Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента»). Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://www.studentlibrary.ru
6.3.2.3	Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://znanium.com/
6.3.2.4	Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ www.biblio-online.ru). Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. https://www.biblio-online.ru/
6.3.2.5	Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ». Полнотекстовый, обновляемый. Доступ по локальной сети академии
6.3.2.6	Национальная электронная библиотека. Доступ посредством использования сети «Интернет» на 32 терминала доступа. https://нэб.рф/
6.3.2.7	Электронная система «Госфинансы». Полнотекстовая электронная система, постоянно пополняемая. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://www.gosfinansy.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
Аудитория	Вид работ	Назначение	Оснащенность
37а	Пр	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (12 шт.), стулья (24 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.)
45а	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (6 шт.), стулья (18 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), стол компьютерный (10 шт.), стулья (10 шт.), демонстрационное оборудование (компьютер Intel G32603 3 GHz 3 М (10 шт.), полотно рулонное (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
66а	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (16 шт.), стулья (30 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), трибуна (1 шт.)
236	СР	Помещение для самостоятельной работы	Демонстрационная техника (интерактивная доска Hitachi Starboard FX-63 D (1 шт.), ноутбук Acer Asp T2370 (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.)), стол полированный (3 шт.), стол ученический (7 шт.), стол компьютерный (11 шт.), стул (20 шт.), стулья, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (10 шт.)

123	СР	Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (19 шт.), столы (17 шт.), компьютерный стол 6-и местный (3 шт.), стулья ученические (34 шт.), стулья п/м (18 шт.), стеллажи с литературой, видеувеличитель Optelec Wide Screen (1 шт.)
-----	----	--------------------------------------	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Методические указания по освоению дисциплины для студентов заочной формы обучения

Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями, поэтому методика изучения курса предусматривает наряду с лекциями и лабораторными занятиями, организацию самостоятельной работы студентов, проведение консультаций, руководство докладами студентов для выступления на научно-практических конференциях, осуществление текущего, промежуточного и итогового форм контроля. Учебный процесс для студентов заочной формы обучения строится иначе, чем для студентов-очников. В связи с уменьшением количества аудиторных занятий (в соответствии с рабочими учебными планами) доля самостоятельной работы значительно увеличивается. Преподаватель в процессе аудиторных занятий освещает основные ключевые темы дисциплины и обращает внимание студентов на то, что они должны вспомнить из ранее полученных знаний.

Студенты, изучающие дисциплину «Визуальный мерчандайзинг», должны обладать навыками работы с учебной литературой и другими информационными источниками (статистическими сборниками, материалами экономических исследований, статьями из периодических изданий, научными работами, опубликованными в специальных изданиях и т.п.) в том числе, интернет-сайтами, а также владеть основными методами, техникой и технологией сбора и обработки информации.

Самостоятельная работа студентов заочной формы обучения должна начинаться с ознакомления с рабочей программой дисциплины, в которой перечислены основная и дополнительная литература, учебно-методические задания необходимые для изучения дисциплины и работы на практических занятиях.

Методические указания к самостоятельной работе студентов). Методические указания включают в себя задания самостоятельной работы для закрепления и систематизации знаний, задания самостоятельной работы для формирования умений и задания для самостоятельного контроля знаний.

Задания для закрепления и систематизации знаний включают в себя перечень тем докладов и рефератов, а также рекомендации по подготовке реферата и доклада.

Задания для формирования умений содержат ситуационные задачи по курсу.

Задания для самостоятельного контроля знаний позволяют закрепить пройденный материал и сформировать навыки формулирования кратких ответов на поставленные вопросы. Задания включают вопросы для самоконтроля и тесты для оценки уровня освоения материала теоретического курса. Для удобства работы с материалом, все задания разбиты по темам дисциплины.

Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Следует иметь в виду, что учебник или учебное пособие имеет свою логику построения: одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. При изучении любой темы рабочей программы следует постоянно отмечать, какие вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником должна быть ясность в том, какие темы, вопросы программы учебного курса вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам. В случае возникших затруднений в понимании учебного материала следует обратиться к другим источникам, где изложение может оказаться более доступным.

Понимание и усвоение содержания курса невозможно без четкого знания основных терминов и понятий, используемых в данной дисциплине по каждой конкретной теме. Для этого студент должен использовать определения новых терминов, которые давались на лекции, а также в рекомендованных учебных и информационных материалах.

Современные средства связи позволяют строить взаимоотношения с преподавателем и во время самостоятельной работы с помощью интернет-видео-связи, а не только во время аудиторных занятий и консультаций. Для продуктивного общения студенту необходимо владеть навыками логичного, последовательного и понятного изложения своего вопроса. Желательно, чтобы студент заранее написал электронное письмо, в котором перечислил интересующие его вопросы или вопросы, изучение которых представляется ему затруднительным. Это даст возможность преподавателю оперативно ответить студенту по интернет-связи и более качественно подготовиться к последующим занятиям.

Необходимо отметить, что самостоятельная работа с литературой и интернет-источниками не только полезна как средство более глубокого изучения любой дисциплины, но и является неотъемлемой частью будущей профессиональной деятельности выпускника бакалавриата.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1 (МР по организации обучения по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ)-1-1(2).docx