

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.07.2022 14:30:30
Уникальный программный идентификатор:
24f866be2aca16484036a8cb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Выбрана
на сайте www.usue.ru

09.12.2021 г.
протокол № 2
Зав. кафедрой Бадаев Ф.И.

Утверждена
Советом по учебно-методическим вопросам
и качеству образования
15 декабря 2021 г.
протокол № 4
Президент Карх Д.А.
(подпись)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Анализ рынка медицинских услуг
Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Профиль	Экономика здравоохранения
Форма обучения	очно-заочная
Год набора	2022
Разработана:	
Доцент, к.э.н.	
Анисимова М.А.	

Екатеринбург
2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	5
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	5
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	11
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	12
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	12
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	13

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Анализ рынка медицинских услуг» является формирование у студентов компетенций, позволяющих осуществить анализ рыночной ситуации, интерпретировать полученные данные и сформировать выводы о состоянии изучаемого рынка и его тенденциях, которые будут применены в дальнейшей экономической деятельности субъектов хозяйствования для принятия управленческих решений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 6						
	36	4	4	0	32	1
Семестр 7						
Зачет, Контрольная работа	216	20	8	12	192	6
	252	24	12	12	224	7

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
аналитический	

<p>ПК-1 Способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии, рекомендуемые к использованию для ведения учета в медицинских организациях</p>	<p>ИД-1.ПК-1 Знать: современные технические средства и информационные технологии, рекомендуемые для использования в медицинских организациях</p>
	<p>ИД-2.ПК-1 Уметь: использовать современные технические средства и информационные технологии, применяемые в организациях здравоохранения в профессиональной деятельности.</p>
	<p>ИД-3.ПК-1 Иметь практический опыт (трудовые действия) решения аналитических и исследовательских задач современными техническими средствами и информационными технологиями, применяемыми в учреждениях здравоохранения.</p>
<p>ПК-2 Способность, используя различные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их на основе методов, принятых в медицинских учреждениях и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет</p>	<p>ИД-1.ПК-2 Знать: основы сбора информации из различных источников. Методы анализа и обработки данных, принятых в медицинских учреждениях.</p>
	<p>ИД-2.ПК-2 Уметь: собрать необходимые данные, проанализировать их.</p>

ПК-2 используя источники собрать данные, проанализировать их на основе методов, принятых в медицинских учреждениях и информационный обзор и/или аналитический отчет	Способность, различные информации, необходимые информационный обзор и/или аналитический отчет	ИД-3.ПК-2 Иметь практический опыт (трудовые действия) подготовки информационного обзора и/или аналитического отчета с использованием различных источников информации и медицинских информационных систем
--	--	---

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
			Часов				
Семестр 6		34					
Тема 1.	Рынок медицинских услуг	21	1			20	
Тема 2.	Теоретические основы организации маркетинговых исследований	13	1			12	
Семестр 7		214					
Тема 3.	Маркетинговый анализ структуры рынка	38	2			36	
Тема 4.	Изучение потребителей и потребительского поведения	42	3		3	36	
Тема 5.	Диагностика конкурентной среды и конкурентоспособности организации	44	1		3	40	
Тема 6.	Ценовые исследования и ценообразование в маркетинге	45	2		3	40	
Тема 7.	Маркетинговые коммуникации на рынке и их исследование	45	2		3	40	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
темы 1,2	тест (приложение 4)	тест содержит 10 вопросов. Для каждого вопроса предусмотрены варианты ответов. Правильный ответ является единственным.	каждый вопрос оценивается следующим образом: правильный ответ - 1 балл, неправильный ответ - 0 баллов. Максимальное количество баллов - 10.

темы 3,4	тест (приложение 4)	тест содержит 10 вопросов. Для каждого вопроса предусмотрены варианты ответов. Правильный ответ является единственным.	каждый вопрос оценивается следующим образом: правильный ответ - 1 балл, неправильный ответ - 0 баллов. Максимальное количество баллов - 10.
темы 5,6	тест (приложение 4)	тест содержит 10 вопросов. Для каждого вопроса предусмотрены варианты ответов. Правильный ответ является единственным.	каждый вопрос оценивается следующим образом: правильный ответ - 1 балл, неправильный ответ - 0 баллов. Максимальное количество баллов - 10.
тема 7	тест (приложение 4)	тест содержит 20 вопросов. Для каждого вопроса предусмотрены варианты ответов. Правильный ответ является единственным.	каждый вопрос оценивается следующим образом: правильный ответ - 1 балл, неправильный ответ - 0 баллов. Максимальное количество баллов - 20.
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
7 семестр (3а)	Билеты к зачету (Приложение 5)	15 билетов, которые включают 2 теоретических вопроса	Оценивается правильность воспроизведения знаний, умение логично обосновать точку зрения, владение навыками аргументации.

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Рынок медицинских услуг

Особенности рыночных отношений в здравоохранении. Функции государства в регулировании рыночных отношений в здравоохранении. Понятие рынка медицинских услуг. Рынок медицинских услуг как социальная практика. Медицинская услуга как экономическая категория. Зарубежный опыт толкования термина "рынок услуг".

Тема 2. Теоретические основы организации маркетинговых исследований

Роль и важность маркетинговых исследований в медицинской организации. Понятие и принципы маркетингового исследования на рынке медицинских услуг. Виды маркетингового исследования и процесс его проведения.

Тема 3. Маркетинговый анализ структуры рынка

Мотивы. Потребность. Мотивационный процесс.

Модель поведения потребителей. Факторы, оказывающие влияние на потребителей услуг. Внешние побудительные факторы: факторы маркетинга (продукт, цена, коммуникации, персонал, процесс потребления услуг, окружение) и факторы среды (экономические, политические, культурные, социальные). Основные социальные факторы, влияющие на поведение потребителей: социальное положение, референтные группы, семья, социальные роли и статусы. Личностные факторы, воздействующие на потребителей: возраст и этап жизненного цикла, род деятельности, образование, экономическое положение, тип личности и самомнение, образ жизни.

Изучение потребительского отношения к организации. Изучение отношения потребителей к определенной услуге. Изучение системы ценностей потребителей. Сегментация рынка услуг. Цель сегментации. Условия сегментации. Признаки сегментации рынка услуг: географические, демографические, психографические, поведенческие. Требования к критериям сегментации.

Этапы процесса сегментации рынка: формирование критериев сегментации; выбор метода и осуществление сегментации рынка; интерпретация полученных сегментов; выбор целевых рыночных сегментов. Методы анализа и обработки данных, принятых в медицинских учреждениях.

Тема 4. Изучение потребителей и потребительского поведения

Основные понятия конкуренции и конкурентного анализа. Оценка конкурентной среды на рынке медицинских услуг: порядок анализа количественные (емкость рынка, доля организации на рынке, показатели концентрации), качественные (барьеры входа, рыночный потенциал) характеристики конкуренции. Конкурентоспособность медицинской организации, методы ее оценки.

Тема 5. Диагностика конкурентной среды и конкурентоспособности организации

Цели ценовых исследований. Характеристика методов сбора информации для ценовых исследований. Методы ценовых исследований.

Ценовое позиционирование конкурентов.

Виды цен и методы ценообразования на товары и услуги организаций, работающих на рынке услуг. Методы адаптации цены.

Тема 6. Ценовые исследования и ценообразование в маркетинге

Понятие и виды маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые исследования рекламной деятельности. Исследование эффективности рекламной компании. Реклама. Мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта. Исследования каналов распределения и коммуникаций.

Тема 7. Маркетинговые коммуникации на рынке и их исследование

Основные понятия маркетингового анализа структуры рынка. Типы рынков по степени конкуренции. Модель рынка по М. Портеру. Карта рынка Г.Л. Азоева. SVOT анализ.

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 4. Изучение потребителей и потребительского поведения

Вопросы для обсуждения:

1. значение маркетинговых исследований конкурентов;
2. стратегические группы конкурентов: прямые и потенциальные конкуренты.
3. элементы анализа конкурентов: цели на будущее, текущие стратегии, представления о себе, возможности;
4. методы анализа конкурентов;
5. исследование конкурентоспособности медицинских услуг.

Тема 5. Диагностика конкурентной среды и конкурентоспособности организации

Вопросы для обсуждения:

1. методы сбора информации для ценовых исследований;
2. методы ценовых исследований;
3. ценовое позиционирование конкурентов;
4. виды цен и методы ценообразования на товары организаций, работающих на рынке услуг здравоохранения;
5. методы ценообразования на услуги организаций, работающих на рынке услуг здравоохранения.
6. методы адаптации цены.

Тема 6. Ценовые исследования и ценообразование в маркетинге

Вопросы для обсуждения:

1. понятие и виды маркетинговых коммуникаций;
2. маркетинговые исследования рекламной деятельности;
3. исследование эффективности рекламной компании;
4. реклама, мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта;
5. исследования каналов распределения и коммуникаций.

Тема 7. Маркетинговые коммуникации на рынке и их исследование

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Типы рынков по степени конкуренции.
2. Модель рынка по М. Портеру.
3. Карта рынка Г.Л. Азоева.
3. SVOT анализ.

Подготовить презентацию на тему " Организация маркетинговых исследований в медицинском учреждении"

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Рынок медицинских услуг

Самостоятельное изучение экономической литературы по теме "Рынок медицинских услуг".

Тема 2. Теоретические основы организации маркетинговых исследований

Самостоятельное изучение экономической литературы по теме "Маркетинговые исследования в медицинской организации"

Тема 3. Маркетинговый анализ структуры рынка

Самостоятельное изучение экономической литературы по теме "Изучение потребителей и потребительского поведения"

Тема 4. Изучение потребителей и потребительского поведения Изучение экономической литературы по теме
Тема 5. Диагностика конкурентной среды и конкурентоспособности организации изучение экономической литературы по теме
Тема 6. Ценовые исследования и ценообразование в маркетинге изучение экономической литературы по теме
Тема 7. Маркетинговые коммуникации на рынке и их исследование Самостоятельное изучение экономической литературы по теме.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
учебным планом не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
размещается контрольная работа

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Приложение 6

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
учебным планом не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования. [Электронный ресурс]:учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 39.03.01 "Социология" (квалификация (степень) "бакалавр"). - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 768 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1008978>

2. Алексунин В.А. Маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 214 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1091798>

3. Решетников А. В., Шамшурина Н. Г., Шамшурин В. И. Экономика и управление в здравоохранении. [Электронный ресурс]:Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 328 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450977>

4. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг. Менеджмент.:научное издание. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2015. - 800

Дополнительная литература:

1. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И., Колчанов В. Б. Менеджмент, ориентированный на рынок:учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования". - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014. - 718 с.

2. Моосмюллер Г., Ребик Н. Г. Маркетинговые исследования с SPSS [Электронный ресурс]:учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг". - Москва: ИНФРА-М, 2011. - 200 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=257371>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант+. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.