

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 29.06.2026 17:45:24
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.10 Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент внешнеэкономической деятельности

(наименование образовательной программы)

Бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2024

Донецк

Автор-составитель РЦД:

Балко Марина Владимировна д-р филол. наук, доцент, заведующий кафедрой краеведения

Заведующий кафедрой:

Балко Марина Владимировна д-р филол. наук, доцент, заведующий кафедрой краеведения

Рабочая программа дисциплины Б1.В.10 Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса одобрена на заседании кафедры краеведения Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 2 от «8» октября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
Целью изучения дисциплины «Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса» является формирование у обучающихся компетенций применения языковых ресурсов в бизнесе и менеджменте, а также ведения переговоров в профессиональной деятельности.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
1) приобретение теоретических знаний по бизнес-лингвистике и теории переговоров; 2) формирование навыков восприятия, анализа чужих и порождения собственных бизнес-текстов; 3) формирование у обучающихся навыков переговорщика.	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.10
<i>1.3.1. Дисциплина "Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Маркетинг	
Корпоративное управление	
Креативное мышление в бизнесе	
Психология	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>УК ОС-4.6: Способен представлять свою точку зрения при деловом общении и в публичных выступлениях</i>	
Знать:	
Уровень 1	поверхностно знает принципы, методы и приёмы устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров;
Уровень 2	знает принципы, методы и приёмы устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров;
Уровень 3	уверенно знает принципы, методы и приёмы устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров.
Уметь:	
Уровень 1	умеет на минимальном уровне пользоваться методами и приёмами устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров;
Уровень 2	умеет на достаточном уровне пользоваться методами и приёмами устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров;
Уровень 3	умеет на высоком уровне пользоваться методами и приёмами устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров.
Владеть:	
Уровень 1	поверхностно владеет навыками использования методов и приёмов устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров;
Уровень 2	владеет навыками использования методов и приёмов устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров;
Уровень 3	уверенно владеет навыками использования методов и приёмов устной и письменной деловой коммуникации, в частности продуцирования бизнес-текстов и ведения переговоров.
В результате освоения дисциплины "Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса" обучающийся должен:	
3.1	методы и приёмы создания текстов, направленных на продвижение товаров, услуг, проектов и проч.; виды поведения в стандартных и нестандартных переговорных ситуациях; способы воздействия на собеседника.
3.2	Уметь: анализировать бренд-тексты различных товаров, услуг и т.п., а также создавать собственные тексты, ориентированные на разработку бренда; проводить переговоры с разными собеседниками, в том числе в нестандартных ситуациях, нести ответственность за решения, принимаемые в переговорном процессе.
3.3	Владеть:

навыками свободной работы с различными текстами, направленными на разработку и продвижение бренда; основными техниками ведения переговоров, аргументирования своей точки зрения и воздействия на собеседника.
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 "Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса" видом промежуточной аттестации является зачет с оценкой.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса" 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. Бизнес-лингвистика как междисциплинарное научное направление						
Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Лек/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Сем зан/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Бизнес-лингвистика как наука: история становления, принципы, проблематика, ключевые категории, практическая значимость /Ср/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Лек/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Сем зан/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	

Тема 1.2. Корпоративная коммуникация. Создание вербального корпоративного имиджа /Ср/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Лек/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Сем зан/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Современные бизнес-медиа: структура, жанровое разнообразие, основные техники построения делового медиатекста /Ср/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Лек/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Сем зан/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Ср/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.4. Лингвопрагматика в бизнесе и бизнес-риторика /Конс/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 2. Основы теории переговоров						
Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Лек/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Сем зан/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Переговоры как бизнес-процесс: понятие, классификация, функции /Ср/	8	3	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	

				Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3		
Тема 2.2. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции /Лек/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции /Сем зан/	8	4	УК ОС-4.65	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Подготовка к переговорам: основные аспекты подготовки; анализ интересов; оценка и разработка возможных альтернатив переговорного соглашения. Определение переговорной позиции /Ср/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Лек/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Сем зан/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Ведение переговоров: процессуальные аспекты ведения переговоров; уточнение интересов и позиций сторон, обсуждение, методы аргументации. Типы переговорщиков /Ср/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Лек/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Сем зан/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.4. Основные техники ведения переговоров. Приёмы позиционного торга; приемы конструктивных переговоров; приёмы двойственного характера /Ср/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Лек/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Сем зан/	8	4	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	

Тема 2.5. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса. Классификация манипуляций при переговорах. Способы противодействия манипуляциям /Ср/	8	2	УК ОС-4.6	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
Контактная работа на аттестацию в период в период экзаменационных сессий	8	9				

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа обучающихся (СРО) по выполнению различных видов заданий.</p> <p>В процессе освоения дисциплины используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь с обучающимися, 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. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.</p> <p>Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы обучающихся, 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, эссе, презентации, эмпирического исследования.</p>
--

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

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Балко, М. В.	Основы бизнес-лингвистики и теории переговоров : учебное пособие для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерские программы «Менеджмент организаций», «Стратегическое управление», «Антикризисное управление организациями», «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент», «Логистика») очной формы обучения (212 с.)	Донецк : "ДОНАУИГС", 2022,
Л1.2	М. В. Балко	Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса: конспект лекций для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профили: «Менеджмент внешнеэкономической деятельности», «Организационно-правовое регулирование международного бизнеса») всех форм обучения (114 с.)	Донецк : ДОНАУИГС, 2024
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	А.Г. Рыбкин, О.К. Эмих	Стратегия сложных переговоров: учебное пособие (260 с.)	Москва : ИНФРА-М , 2024
Л2.2	С.И. Лашко, И.О. Мартыненко	Международные переговоры : учебное пособие (132 с.)	Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.3	Черкашина, Т. Т.	Язык деловых межкультурных коммуникаций : учебник (368 с.)	Москва : ИНФРА-М, 2024
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	М. В. Балко	Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса: методические рекомендации для подготовки к семинарским занятиям (27 с.)	Донецк : ДОНАУИГС, 2024
4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	https://cyberleninka.ru/	
Э2	ЭБС «ЛАНЬ»	https://e.lanbook.com	
Э3	ЭБС «ЗНАНИУМ»	https://znanium.ru	
4.3. Перечень программного обеспечения			
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:			
<ul style="list-style-type: none"> - Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.) - 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License) - AIMP (лицензия LGPL v.2.1) - STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use) - GIMP (лицензия GNU General Public License) - Inkscape (лицензия GNU General Public License). 			
4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы			
Научная электронная библиотека http://www.elibrary.ru			
Навыки переговоров — сайт о технике, приёмах и манипуляциях в сложных переговорах https://negotiationskills.ru/			
Искусство переговоров https://art-of-talks.ru/			
4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины			
Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий: рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.			

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания	
Вопросы к экзамену:	
1.	История становления и основные принципы бизнес-лингвистики как интегральной дисциплины.
2.	Основная проблематика бизнес-лингвистики.
3.	Практическая значимость бизнес-лингвистики.
4.	Бизнес-дискурс и бизнес-текст как ключевые категории бизнес-лингвистики.
5.	Специфика построения бизнес-текстов.
6.	Миссия, видение как специфические бизнес-тексты.
7.	История и легенда как специфические бизнес-тексты.
8.	Речевое воздействие названия и фирменного слогана.
9.	Создание вербального корпоративного имиджа.
10.	Структура, жанровое разнообразие современных бизнес-медиа.
11.	Основные техники построения делового медиатекста.
12.	Спиддокторинг как технология защиты интересов организации в медиaprостранстве.
13.	Лингвопрагматика в бизнесе.
14.	Презентация как специфический тип публичного выступления.

15. Основные этапы подготовки презентационной речи.
16. Переговоры как бизнес-процесс.
17. Классификация и основные функции переговоров.
18. Подготовка к переговорам как важнейший их этап.
19. Основные стадии подготовки к переговорам.
20. Формулировка целей переговоров.
21. Установление пределов возможностей участников переговоров.
22. Процессуальные аспекты ведения переговоров.
23. Уточнение интересов и позиций сторон в процессе переговоров.
24. Методы аргументации.
25. Типы переговорщиков.
26. Основные техники ведения переговоров.
27. Приёмы позиционного торга.
28. Приёмы конструктивных переговоров.
29. Приёмы двойственного характера.
30. Стратегии манипулятивного воздействия в ходе переговорного процесса.
31. Классификация манипуляций.
32. Способы противодействия манипуляциям.

5.2. Темы письменных работ

Тематика сообщений

1. Смысловые и эмоциональные аспекты формирования вербального имиджа компании в СМИ.
2. Символы и знаки в процессе формирования вербального имиджа компании в СМИ.
3. Корпоративный веб-сайт как бизнес-текст.
4. Социальные сети и их роль в бизнесе.
5. Влияние СМИ на формирование экономического общественного сознания.
6. Имидж и репутация компаний под влиянием СМИ.
7. Бизнес-коммуникация и власть.
8. Критерии и условия успешной презентации через СМИ.
9. Психологические аспекты презентационной речи.
10. Сторителлинг в самопрезентации.
11. Основные правила деловых переговоров в системе международного бизнеса.
12. Основные логические законы и правила аргументации.
13. «Запрещённые» темы в бизнес-переговорах.
14. Специфика ведения жёстких переговоров.
15. Основные правила критики оппонента.
16. Национальные стили ведения переговоров.
17. Посредник на переговорах.
18. Гендерный аспект переговорного процесса.
19. Пропаганда как специфический вид манипуляции.
20. Специалист по переговорам как новая коммуникационная профессия.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса" разработан в соответствии с локальным нормативным актом.

Фонд оценочных средств дисциплины "Технологии бизнес-лингвистики и менеджмент переговорного процесса" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контрольные задания), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы. Промежуточная аттестация включает семестровый контроль в период зачетно-экзаменационной сессии – экзамен.

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

Изучение курса предполагает, что преподаватель читает лекции, проводит семинарские занятия, организует самостоятельную работу обучающихся, проводит консультации, руководит подготовкой докладов обучающихся на научно-практических конференциях, осуществляет текущий и промежуточный контроль знаний обучающихся.

С целью качественного освоения обучающимися данной дисциплины на кафедре разработаны методические рекомендации по организации самостоятельной работы - комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющий обучающимся оптимальным образом организовать процесс изучения, как теоретического учебного материала дисциплины, так и подготовки к семинарским занятиям, в том числе проводимым с использованием активных и интерактивных технологий обучения.