

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 26.12.2025 09:47:45
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.18 Технологии продвижения и продажи турпродукта

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент туризма и гостиничного бизнеса

(наименование образовательной программы)

Бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2024

Донецк

Автор -составитель РПД:

Овчаренко Людмила Александровна, д-р экон. наук, доцент, заведующий кафедрой туризма

Заведующий кафедрой:

Овчаренко Людмила Александровна, д-р экон. наук, доцент, заведующий кафедрой туризма

Рабочая программа дисциплины Б1.В.18 Технологии продвижения и продажи турпродукта одобрена на заседании кафедры туризма Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 2 от «10» ноября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины – овладение обучающимися практическими навыками взаимодействия с потребителями турпродуктов на всех этапах продвижения и продажи услуг гостиничного комплекса и туристских услуг

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- формирование у обучающихся первоначальных практических навыков продвижения и продажи туристских продуктов и услуг гостиничного комплекса;
- формирование рациональных подходов к реализации туристских продуктов и услуг гостиничного комплекса на основе эффективного взаимодействия с потребителями турпродукта

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В

1.3.1. Дисциплина «Технологии продвижения и продажи турпродукта» опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Маркетинг; Основы туризма и гостиничной деятельности; Организация деятельности предприятий туристской индустрии; Организация гостиничной деятельности; Этика и эстетика в туризме (на английском языке); Туроперейтинг

Психология управления и применение гибких навыков в управленческой деятельности

1.3.2. Дисциплина «Технологии продвижения и продажи турпродукта» выступает опорой для следующих элементов:

Преддипломная практика; Технологическая (проектно-технологическая) практика; Стратегический менеджмент

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПК-3.2. Взаимодействует с потребителями и заинтересованными сторонами в процессе управления гостиничным комплексом

Знать:	
Уровень 1	законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг; основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения
Уровень 2	законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг; основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес-коммуникаций
Уровень 3	законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг; основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес-коммуникаций; методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур; специализированные программы, используемые в письменных коммуникациях, в том числе возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
Уметь:	
Уровень 1	организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнёрами, заинтересованными сторонами
Уровень 2	организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнёрами, заинтересованными сторонами; соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников
Уровень 3	организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнёрами, заинтересованными сторонами; соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников; владеть английским языком или другим иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов гостиничного комплекса на уровне, обеспечивающем эффективные профессиональные коммуникации
Владеть:	
Уровень 1	навыками проведения встреч, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнёрам и другими заинтересованным сторонам
Уровень 2	навыками разрешения проблемных ситуаций потребителей, партнеров, заинтересованных сторон

Уровень 3	навыками проведения встреч, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнёрам и другими заинтересованным сторонам; разрешения проблемных ситуаций потребителей, партнеров, заинтересованных сторон
-----------	--

В результате освоения дисциплины «Технологии продвижения и продажи турпродукта» обучающийся должен:

Знать:	основы продвижения и продажи туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями
Уметь:	организовывать продвижение и продажу туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями
Владеть:	навыками продвижения и продажи туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями

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 продвижения и продажи турпродукта» видом промежуточной аттестации является – Экзамен

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины «Технологии продвижения и продажи турпродукта» составляет 4 зачётные единицы, 144 часа. 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. Организация туристского обслуживания						
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Лек/	6	2	ПК-3.2	Л1.2Л2.2Л3.2 Л3.4 Э2	0	
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Сем зан/	6	4	ПК-3.2	Л1.2Л2.2Л3.2 Л3.4 Э2	0	
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Ср/	6	6	ПК-3.2	Л1.2Л2.2Л3.2 Л3.4 Э2	0	
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Лек/	6	2	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3.2 Л3.4 Э2	0	
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и	6	4	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3	0	

туристов /Сем зан/				.2 ЛЗ.4 Э2		
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Ср/	6	5	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 ЛЗ.4 Э2	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме /Лек/	6	1	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 ЛЗ.4 Э3	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме /Сем зан/	6	2	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 ЛЗ.4 Э3	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме /Ср/	6	5	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 ЛЗ.4 Э3	0	
Тема 1.3. Обслуживание клиентов в офисе /Лек/	6	1	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 ЛЗ.4 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Обслуживание клиентов в офисе /Сем зан/	6	2	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 ЛЗ.4 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Обслуживание клиентов в офисе /Ср/	6	5	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 ЛЗ.4 Э1 Э2	0	
Тема 1.4. Использование скриптов при продажах турпродукта /Лек/	6	2	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 ЛЗ.4 Э3 Э5	0	
Тема 1.4. Использование скриптов при продажах турпродукта /Сем зан/	6	4	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 ЛЗ.4 Э3 Э5	0	
Тема 1.4. Использование скриптов при продажах турпродукта /Ср/	6	5	ПК-3.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 ЛЗ.4 Э3 Э5	0	
/Конс/	6	1	ПК-3.2		0	
Раздел 2. Технологии продаж туристских услуг						

Тема 2.1. Формирование сбытовой сети /Лек/	6	2	ПК-3.2	Л1.2Л2.4Л3 .1 Л3.4 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Формирование сбытовой сети /Сем зан/	6	4	ПК-3.2	Л1.2Л2.4Л3 .1 Л3.4 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Формирование сбытовой сети /Ср/	6	5	ПК-3.2	Л1.2Л2.4Л3 .1 Л3.4 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Рекламные методы продвижения турпродукта /Лек/	6	2	ПК-3.2	Л1.2Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.4 Э2	0	
Тема 2.2. Рекламные методы продвижения турпродукта /Сем зан/	6	4	ПК-3.2	Л1.2Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.4 Э2	0	
Тема 2.2. Рекламные методы продвижения турпродукта /Ср/	6	6	ПК-3.2	Л1.2Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.4 Э2	0	
Тема 2.3. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Лек/	6	2	ПК-3.2	Л1.2Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.3 Э2	0	
Тема 2.3. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Сем зан/	6	4	ПК-3.2	Л1.2Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.3 Э2	0	
Тема 2.3. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Ср/	6	6	ПК-3.2	Л1.2Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.3 Э2	0	
Тема 2.4. Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Лек/	6	2	ПК-3.2	Л1.2Л2.3Л3 .1 Л3.4 Э1 Э4	0	
Тема 2.4. Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Сем зан/	6	4	ПК-3.2	Л1.2Л2.3Л3 .1 Л3.4 Э1 Э4	0	

Тема 2.4. Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Ср/	6	6	ПК-3.2	Л1.2Л2.3Л3 .1 Л3.4 Э1 Э4	0	
Тема 2.5. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Лек/	6	2	ПК-3.2	Л1.2Л2.8Л3 .1 Л3.4 Э4	0	
Тема 2.5. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Сем зан/	6	4	ПК-3.2	Л1.2Л2.8Л3 .1 Л3.4 Э4	0	
Тема 2.5. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Ср/	6	6	ПК-3.2	Л1.2Л2.8Л3 .1 Л3.4 Э4	0	
/Конс/ Консультация перед экзаменом /КЭ/ Контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий /Каттэк/ Самостоятельная работа на подготовку к экзамену /СРэк	6	1 2 13 18	ПК-3.2	Л1.2Л2.8Л3 .1 Л3.4 Э4	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (ПР), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

В процессе освоения дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" 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 со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

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, эссе, презентации, эмпирического исследования.

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

4.1. Рекомендуемая литература

1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Короткий, С. В.	Деловые коммуникации : учебное пособие (90 с.)	Саратов : Вузовское образование, 2019
Л1.2	Шевченко, Д. А. Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева	Продвижение товаров и услуг: Практическое руководство: учебное пособие (372 с.)	Москва : Дашков и К, 2021

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	А. С. Гусак, В. Г.	Связь с общественностью в туризме : учебное пособие предназначено для студентов	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2018

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
	Шепилова	образовательного уровня «бакалавр», направления подготовки 43.03.02 «Туризм» очной формы обучения (175 с.)	
Л2.2	Сабурова, М. М.	Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика): учебное пособие (166 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2013
Л2.3	Дурович, А. П.	Маркетинг туризма: учебное пособие (248 с.)	Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020
Л2.4	Лисевич, А. В., Лунтова, Е. В., Джала, М. А.	Маркетинговые технологии в туризме: учебное пособие для СПО (68 с.)	Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019
Л2.5	Бабанчикова, О. А.	Реклама и связи с общественностью в туристском бизнесе: учебное пособие (58 с.)	Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018
Л2.6	Чилингир, Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебное пособие (240 с.)	Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020
Л2.7	Шарков, Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие (324 с.)	Москва : Дашков и К, 2018
Л2.8	Лысикова, О. В.	Операционный менеджмент туризма : учебное пособие (96 с.)	Москва : ФЛИНТА, 2019

3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Р. П. Лизогуб, О. О. Савченкова	Управление рынком сбыта: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили : «Маркетинг», «Менеджмент производственной сферы) очной / заочной форм обучения (47 с.)	Донецк: ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2022
Л3.2	Захарова, И. В.	Деловые коммуникации: практикум (141 с.)	Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019
Л3.3	Бердников, И.П., Стрижова, А.Ф.	PR-коммуникации : практическое пособие (208 с.)	Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021
Л3.4	Овчаренко Л.А.	Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине «Организация туристского обслуживания и технологии продаж»: для студентов 3 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 43.03.02 «Туризм» (профиль «Туризм и гостиничная деятельность») очной формы обучения (19 с.)	Донецк: "ДОНАУИГС", 2022

4.2. Перечень ресурсов

информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Сильнейшие технологии продаж в туризме	https://yandex.ru/video/preview/?filmId=8208139896541693940&from=tabbar&ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%
----	--	---

		D0%BC%D0%B5
Э2	Технологии продаж (Анекс Тур)	https://yandex.ru/video/preview/?filmId=1878862361233894782&from=tabbar&ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5
Э3	Как продавать туры по телефону	https://yandex.ru/video/preview/?filmId=4988217917140996003&from=tabbar&ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5
Э4	Воронка продаж в туризме	https://yandex.ru/video/preview/?filmId=7001947007172116759&from=tabbar&ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5
Э5	Как из 10 звонков сделать 10 продаж	https://yandex.ru/video/preview/?filmId=5781109878411142279&from=tabbar&reqid=1667983339543690-3958466908799255034-vla1-4461-vla-17-balancer-8080-BAL-9404&suggest_reqid=636966402166384149729655321983599&text=%D1%81%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%BF%D1%82%D1%8B+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5

4.3. Перечень программного обеспечения

- :
 - Libre Office (Mozilla Public License v2.0.)
 - 7-Zip (GNU Lesser General Public License)
 - AIMP (LGPL v.2.1)
 - STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
 - GIMP (GNU General Public License)
 - Inkscape (GNU General Public License).

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

<https://www.economy.gov.ru/material/departments/d08/>

<https://www.economy.gov.ru/material/departments/d29/>

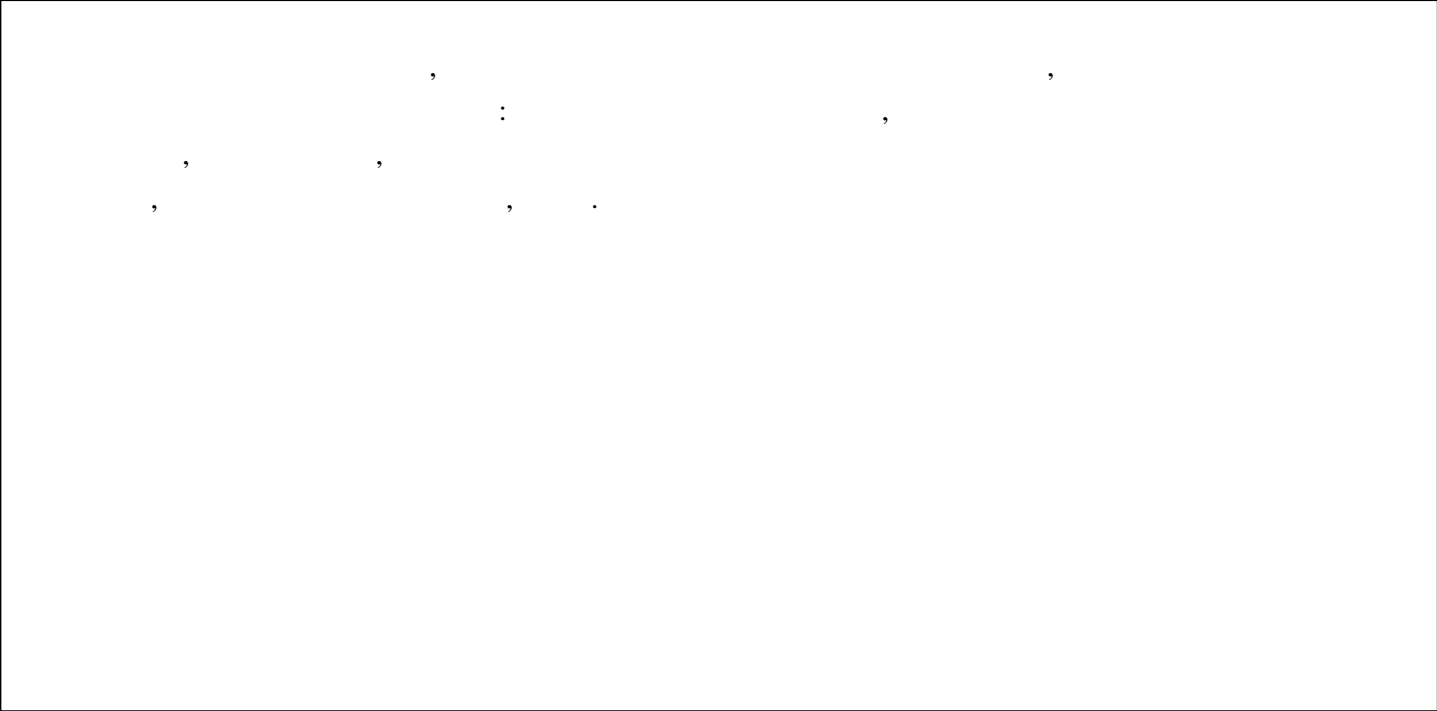
« - » <https://www.minfin.ru/ru/statistics/>

- <https://www.fedstat.ru>

<https://www.unwto.org/tourism-statistics>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Дисциплина «Технологии продвижения и продажи турпродукта» обеспечена:



РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания
1.Клиенты турфирмы и их обслуживание. 2.Права и обязанности турфирм и туристов. 3.Обслуживание клиентов в телефонном режиме. 4.Обслуживание клиентов в офисе. 5.Использование скриптов при продажах турпродукта. 6.Формирование сбытовой сети. 7.Рекламные методы продвижения турпродукта. 8.Нерекламные методы продвижения турпродукта. 9.Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта. 10.Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. Полный перечень контрольных вопросов и заданий находится в ФОС дисциплины.
5.2. Темы письменных работ
1.Стратегия и менеджмент обслуживания туристов в фирме. 2.Правила оказания услуг по реализации туристского продукта. 3.Мотивация потребителей: классификация потребностей. 4.Особенности туристской услуги. 5.Особенности продаж туристской услуги. 6.Комплексный анализ технологии продаж, в том числе с использованием сети интернет на примере конкретного туристского предприятия. 7. Теоретические аспекты технологии продаж. 8. Системы бронирования и резервирования туристских услуг. 9. Взаимодействие систем бронирования и туристических агентств 10. Продажи туристских услуг и понятие каналов продаж. 11.Технология продаж. Этапы процесса продаж туристских услуг. 12.Документальное оформление взаимоотношений турфирмы и клиента. 13. Анализ технологии продаж на примере конкретной турфирмы. Полный перечень тем письменных работ находится в ФОС дисциплины.
5.3. Фонд оценочных средств
5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос по изучаемой теме (собеседование), блиц-опрос

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (проводятся на семинарских занятиях)

Реферат (на семинарском занятии раскрываются основные аспекты темы реферата объемом не более 5-7 минут)

Доклад, сообщение, презентации

Контроль знаний по разделам - тестовые задания (выполняются и оцениваются после изучения раздела на семинарских занятиях)

Научная составляющая

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, имеющихся в

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

Приступая к изучению дисциплины, студенту необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий.

Самостоятельная работа студента предполагает работу с научной и учебной литературой, умение создавать тексты. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы. При изучении дисциплины студенты выполняют следующие задания:

- изучают рекомендованную научно-практическую и учебную литературу;
- выполняют задания, предусмотренные для самостоятельной работы. Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и семинарские занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений.

В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий. При подготовке к семинару студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.