

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костровец Лариса Борисовна  
Должность: директор  
Дата подписания: 26.05.2026 21:35:09  
Уникальный программный ключ:  
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

*Приложение 3*  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.16 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 – 2025

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.16 Технологии продвижения и продажи турпродукта одобрена на заседании кафедры туризма Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 2 от «10» ноября 2025 г.

## РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

<b>1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
овладение обучающимися практическими навыками взаимодействия с потребителями турпродуктов на всех этапах продвижения и продажи туристских услуг.	
<b>1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
формирование у обучающихся первоначальных практических навыков продвижения и продажи туристских продуктов и услуг; формирование рациональных подходов к реализации туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями турпродукта.	
<b>1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В
<i>1.3.1. Дисциплина "Технологии продвижения и продажи турпродукта" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Организация деятельности предприятий туристской индустрии	
Психология	
<i>1.3.2. Дисциплина "Технологии продвижения и продажи турпродукта" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
<b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>	
<i>ПК-2.2: Взаимодействует с потребителями и заинтересованными сторонами в процессе управления гостиничным комплексом</i>	
Знать:	
<b>Уровень 1</b>	законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг; основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения;
<b>Уровень 2</b>	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;
<b>Уровень 3</b>	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:	
<b>Уровень 1</b>	организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнёрами, заинтересованными сторонами;
<b>Уровень 2</b>	организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнёрами, заинтересованными сторонами; соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников;
<b>Уровень 3</b>	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:	
<b>Уровень 1</b>	навыками проведения встреч, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнёрам и другими заинтересованным сторонам;
<b>Уровень 2</b>	навыками разрешения проблемных ситуаций потребителей, партнеров, заинтересованных сторон;
<b>Уровень 3</b>	навыками проведения встреч, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнёрам и другими заинтересованным сторонам; разрешения проблемных ситуаций потребителей, партнеров, заинтересованных сторон.
<i>В результате освоения дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта"</i>	
<b>3.1</b>	Знать:

	основы продвижения и продажи туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями; 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»
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
	организовывать продвижение и продажу туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями; 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;
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
	навыками проведения встреч, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнёрам и другими заинтересованным сторонам; разрешения проблемных ситуаций потребителей, партнеров, заинтересованных сторон; навыками продвижения и продажи туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями.
<b>1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>	
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.	
<b>Промежуточная аттестация</b>	
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

<b>2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Общая трудоёмкость дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" составляет 5 зачётные единицы, 180 часов. Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
<b>2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
<b>Раздел 1. Организация туристского обслуживания</b>						
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Лек/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Сем зан/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1	0	

				Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4		
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Ср/	6	9	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Лек/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Сем зан/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Ср/	6	9	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме. Обслуживание клиентов в офисе /Лек/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме. Обслуживание клиентов в офисе /Сем зан/	6	8	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме. Обслуживание клиентов в офисе /Ср/	6	12	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.3. Использование скриптов при продажах турпродукта /Лек/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.3. Использование скриптов при продажах турпродукта /Сем зан/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.3. Использование скриптов при	6	11	ПК-2.2	Л1.1	0	

продажах турпродукта /Ср/				Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4		
Тема 1.4. Технологии нейролингвистического программирования в процессе продажи туристского продукта /Лек/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.4. Технологии нейролингвистического программирования в процессе продажи туристского продукта /Сем зан/	6	8	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 1.4. Технологии нейролингвистического программирования в процессе продажи туристского продукта /Ср/	6	18	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
/Конс/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
<b>Раздел 2. Технологии продаж туристских услуг</b>						
Тема 2.1. Формирование сбытовой сети. Рекламные методы продвижения турпродукта /Лек/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.1. Формирование сбытовой сети. Рекламные методы продвижения турпродукта /Сем зан/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.1. Формирование сбытовой сети. Рекламные методы продвижения турпродукта /Ср/	6	10	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.2. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Лек/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

Тема 2.2. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Сем зан/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.2. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Ср/	6	8	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.3.Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Лек/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.3.Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Сем зан/	6	4	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.3.Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Ср/	6	10	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.4. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Лек/	6	0	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.4. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Сем зан/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 2.4. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Ср/	6	10	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Консультация перед экзаменом /КЭ/	6	2	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Контактная работа на аттестацию в период в период экзаменационных сессий /Катгэк/	6	13	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

Самостоятельная работа на подготовку к экзамену /СРэк/	6	18	ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
--	---	----	--------	--	---	--

### РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>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.</p> <p>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 видеofilмов. 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 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.</p>
---

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

4.1. Рекомендуемая литература			
<b>1. Основная литература</b>			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Ключевская, И. С.	Технология формирования и продвижения гостиничного продукта : учебное пособие (346 с.)	Москва : ИНФРА-М, 2022
Л1.2	Кривокора, Е. И.	Деловые коммуникации: учебное пособие (190)	Москва : ИНФРА-М, 2025
<b>2. Дополнительная литература</b>			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Лыскова, О. В.	Операционный менеджмент туризма : учебное пособие (96 с.)	Москва : ФЛИНТА, 2019
Л2.2	Шевченко, Д. А.	Продвижение товаров и услуг : практическое руководство (372 с.)	Москва : Дашков и К, 2022
<b>3. Методические разработки</b>			
	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.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2019
Л3.2	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	Донецк: ДОНАУИГС, 2022

Авторы,	Заглавие	Издательство, год
	деятельность») очной формы обучения (19 с.)	
<b>4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</b>		
Э1	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	<a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a>
Э2	ЭБС «ЛАНЬ»	<a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>
Э3	ЭБС «ЗНАНИУМ»	<a href="https://znanium.ru">https://znanium.ru</a>
Э4	ЭБС «SOCHUM»	<a href="https://sochum.ru">https://sochum.ru</a>
<b>4.3. Перечень программного обеспечения</b>		
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: Электронные презентации используются обучающимися на семинарских занятиях во время докладов; во время подготовки и для оценки индивидуальной работы осуществляется взаимодействие с обучающимися посредством электронной почты, интернет-групп, скайпа, вебинаров. В процессе изучения дисциплины используется лицензионный пакет программ Microsoft Office и др. Используются электронные презентации, электронный курс лекций, графические объекты, видео-аудио-материалы.		
<b>4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы</b>		
Департамент реализации проектов в сфере туристской деятельности <a href="https://www.economy.gov.ru/material/departments/d08/">https://www.economy.gov.ru/material/departments/d08/</a> Департамент развития туризма <a href="https://www.economy.gov.ru/material/departments/d29/">https://www.economy.gov.ru/material/departments/d29/</a> База статистических данных «Финансово-экономические показатели РФ» <a href="https://www.minfin.ru/ru/statistics/">https://www.minfin.ru/ru/statistics/</a> Единая межведомственная информационно-статистическая система <a href="https://www.fedstat.ru">https://www.fedstat.ru</a> База данных Всемирной туристской организации <a href="https://www.unwto.org/tourism-statistics">https://www.unwto.org/tourism-statistics</a>		
<b>4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины</b>		
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.		

## РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

<b>5.1. Контрольные вопросы и задания</b>
Клиенты турфирмы и их обслуживание. Права и обязанности турфирм и туристов. Обслуживание клиентов в телефонном режиме. Обслуживание клиентов в офисе. Использование скриптов при продажах турпродукта. Формирование сбытовой сети. Рекламные методы продвижения турпродукта. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж.
<b>5.2. Темы письменных работ</b>
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.

### 5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" 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 и расчетные работы, 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, курсовая работа.

## 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 ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

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 заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам.

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 интересные их темы.