|  |
| --- |
| **Министерство просвещения Российской Федерации** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет " |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Электронный документ подписан ПЭП | УТВЕРЖДАЮ |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  | Должность: Проректор по образовательной деятельности и информатизации | Заведующий кафедрой |  |
|  | Уникальный программный ключ: 61918fe267ac770da66e | Полякова Татьяна Андреенва |  |
|  | 24 сентября 2019 г. |  |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_ |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **МОДУЛЬ "ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ И СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ"****Технологии продаж и обслуживания** |
| рабочая программа дисциплины (модуля) |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Закреплена за кафедрой |  |  | **Теории и методики физической культуры и туризма\*** |
|  |  | Учебный план | b430302\_ПБ\_03о\_2020\_ОргТурДеят.к.plx43.03.02 ТуризмНаправленность (профиль) - Организация туристской деятельности |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Квалификация | **Бакалавр** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Форма обучения | **очная** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Общая трудоемкость |  | **4 ЗЕТ** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Часов по учебному плану | 144 |  |  |  | Виды контроля в семестрах: |
|  |  |  | в том числе: |  |  |  |  |  |  | зачеты с оценкой 7 |
|  |  |  | аудиторные занятия | 36 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | самостоятельная работа | 104 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | Форма контроля, Промежуточная аттестация |  | 4 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **Распределение часов дисциплины по семестрам** |
| Семестр(<Курс>.<Семест р на курсе>) | **7 (4.1)** | Итого |
| Недель | 19 4/6 |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |
| Лекции | 16 | 4 | 16 | 4 |
| Практические | 20 | 8 | 20 | 8 |
| Итого ауд. | 36 | 12 | 36 | 12 |
| Кoнтактная рабoта | 36 | 12 | 36 | 12 |
| Сам. работа | 104 | 92 | 104 | 92 |
| Часы на контроль | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Итого | 144 | 108 | 144 | 108 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_ПБ\_03о\_2020\_ОргТурДеят.к.plx |  |  | стр. 3 |
| Программу составил(и): |  | , старший преподаватель, Гуменюк Наталья Алексеевна |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рабочая программа дисциплины |  |  |  |  |
| **Технологии продаж и обслуживания** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| разработана в соответствии с ФГОС: |  |  |  |  |
| Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516) |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| составлена на основании учебного плана: |  |  |  |  |
| 43.03.02 ТуризмНаправленность (профиль) - Организация туристской деятельности(Шифр Дисциплины: Б1.В.01.08) |  |  |
| утвержденного учёным советом вуза 24.12.2019 протокол № 5. |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| УП: b430302\_ПБ\_03о\_2020\_ОргТурДеят.к.plx |  | стр. 4 |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** |
|  |  |  |  |  |
| Утверждаю: Председатель НМСC |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020 г. |
|  |  |  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена дляисполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры |
| **Теории и методики физической культуры и туризма\*** |
|  |  |  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020 г. № \_\_Зав. кафедрой Полякова Татьяна Андреенва |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** |
|  |  |  |  |  |
| Утверждаю: Председатель НМСC |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г. |
|  |  |  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена дляисполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры |
| **Теории и методики физической культуры и туризма\*** |
|  |  |  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г. № \_\_Зав. кафедрой Полякова Татьяна Андреенва |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** |
|  |  |  |  |  |
| Утверждаю: Председатель НМСC |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2022 г. |
|  |  |  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена дляисполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры |
| **Теории и методики физической культуры и туризма\*** |
|  |  |  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2022 г. № \_\_Зав. кафедрой Полякова Татьяна Андреенва |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** |
|  |  |  |  |  |
| Утверждаю: Председатель НМСC |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 г. |
|  |  |  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена дляисполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры |
| **Теории и методики физической культуры и туризма\*** |
|  |  |  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 г. № \_\_Зав. кафедрой Полякова Татьяна Андреенва |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| УП: b430302\_ПБ\_03о\_2020\_ОргТурДеят.к.plx |  | стр. 5 |
|  |  |  |  |  |  |
| **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| 1.1 | формирование у будущих специалистов знаний, умений и навыков в области организации продаж туристских услуг и технологии обслуживания |
|  |  |  |  |  |  |
| **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП** |
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.В.01 |
| **2.1** | **Требования к предварительной подготовке обучающегося:** |
| 2.1.1 |  |
| 2.1.2 |  |
| 2.1.3 | Реклама в сервисе и туризме |
| 2.1.4 | Деловое общение |
| 2.1.5 | Маркетинг в туристской индустрии |
| **2.2** | **Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:** |
| 2.2.1 |  |
| 2.2.2 |  |
| 2.2.3 | Прогнозирование и стратегическое управление в туризме |
| 2.2.4 | Проектная деятельность в туризме |
|  |  |  |  |  |  |
| **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
| **ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта** |
| **Знать:** |
| Уровень 1 | Общие, но не структурированные знания методов мониторинга рынка туристских услуг;ассортимента, классификации и особенностей туристских продуктов, реализуемых агентством / оператором; видов рекламного продукта;общие, но не структурированные знания технологии разработки продукта и проведения рекламных мероприятий, в том числе сайта компании; теории и методики маркетинговых исследований туристских продуктов; организации и проведения PR-акций, в том числе: презентаций, рекламных туров и т.д.; методов стимулирования сбыта туристского продукта; принципов определения стоимости туристских продуктов; |
| Уровень 2 | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания методов мониторинга рынка туристских услуг;ассортимента, классификации и особенностей туристских продуктов, реализуемых агентством / оператором; видов рекламного продукта;Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания технологии разработки продукта и проведения рекламных мероприятий, в том числе сайта компании; теории и методики маркетинговых исследований туристских продуктов; организации и проведения PR-акций, в том числе: презентаций, рекламных туров и т.д.; методов стимулирования сбыта туристского продукта; принципов определения стоимости туристских продуктов; |
| Уровень 3 | Сформированные систематические знания методов мониторинга рынка туристских услуг;ассортимента, классификации и особенностей туристских продуктов, реализуемых агентством / оператором; видов рекламного продукта;Сформированные систематические знания о технологии разработки продукта и проведения рекламных мероприятий, в том числе сайта компании; теории и методики маркетинговых исследований туристских продуктов; организации и проведения PR-акций, в том числе: презентаций, рекламных туров и т.д.; методов стимулирования сбыта туристского продукта; принципов определения стоимости туристских продуктов; |
| **Уметь:** |
| Уровень 1 | В целом успешно, но не системно умеет оценивать положение туристского продукта на рынке;взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению тур продукта.В целом успешно, но не системно умеет организовывать проведение мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании (рекламные компании, презентации выставки и т.д.); разрабатывать контент о путешествиях и размещать его на сайте компании и в сети Интернет; |
| Уровень 2 | В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы в умении оценивать положение туристского продукта на рынке;взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению тур продукта.В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы в умении организовывать проведение мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании (рекламные компании, презентации выставки и т.д.); разрабатывать контент о путешествиях и размещать его на сайте компании и в сети Интернет; |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| УП: b430302\_ПБ\_03о\_2020\_ОргТурДеят.к.plx |  | стр. 6 |
| Уровень 3 | Сформированное умение оценивать положение туристского продукта на рынке;взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению тур продукта.Сформированное умение организовывать проведение мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании (рекламные компании, презентации выставки и т.д.); разрабатывать контент о путешествиях и размещать его на сайте компании и в сети Интернет; |
| **Владеть:** |
| Уровень 1 | В целом владеетнавыками использования проведения мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании (рекламных PR-компаний, презентаций, включая работу на специализированных выставках, распространение рекламных материалов и др.); разрабатывает контент о путешествиях и размещает его на сайте компании и в сети Интернет; проводит работу по стимулированию сбыта с турагентствами и туристами;В целом владеет навыком организации и проведения рекламных туров; обеспечивает деятельность менеджеров и агентов по продаже туристских продуктов брошюрами, путеводителями и другими рекламными материалами, необходимыми для информирования клиентов о тур продуктах; |
| Уровень 2 | Владеетнавыками использования проведения мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании (рекламных PR-компаний, презентаций, включая работу на специализированных выставках, распространение рекламных материалов и др.); разрабатывает контент о путешествиях и размещает его на сайте компании и в сети Интернет; проводит работу по стимулированию сбыта с турагентствами и туристами;Владеет навыком организации и проведения рекламных туров; обеспечивает деятельность менеджеров и агентов по продаже туристских продуктов брошюрами, путеводителями и другими рекламными материалами, необходимыми для информирования клиентов о тур продуктах; |
| Уровень 3 | Сформированные навыки владения проведения мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании (рекламных PR-компаний, презентаций, включая работу на специализированных выставках, распространение рекламных материалов и др.); разрабатывает контент о путешествиях и размещает его на сайте компании и в сети Интернет; проводит работу по стимулированию сбыта с турагентствами и туристами;Сформированные навыки владения навыком организации и проведения рекламных туров; обеспечивает деятельность менеджеров и агентов по продаже туристских продуктов брошюрами, путеводителями и другими рекламными материалами, необходимыми для информирования клиентов о тур продуктах; |
|  |  |  |  |  |
| **В результате освоения дисциплины обучающийся должен** |
| **3.1** | **Знать:** |
| 3.1.1 | Сформированные систематические знания методов мониторинга рынка туристских услуг; |
| 3.1.2 | ассортимента, классификации и особенностей туристских продуктов, реализуемых агентством / оператором; видов рекламного продукта; |
| 3.1.3 | Сформированные систематические знания о технологии разработки продукта и проведения рекламных мероприятий, в том числе сайта компании; теории и методики маркетинговых исследований туристских продуктов; организации и проведения PR-акций, в том числе: презентаций, рекламных туров и т.д.; методов стимулирования сбыта туристского продукта; принципов определения стоимости туристских продуктов; |
| 3.1.4 |  |
| **3.2** | **Уметь:** |
| 3.2.1 | Сформированное умение оценивать положение туристского продукта на рынке; |
| 3.2.2 | взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению тур продукта. |
| 3.2.3 | Сформированное умение организовывать проведение мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании (рекламные компании, презентации выставки и т.д.); разрабатывать контент о путешествиях и размещать его на сайте компании и в сети Интернет; |
| **3.3** | **Владеть:** |
| 3.3.1 | Сформированные навыки владения проведения мероприятий по продвижению туристского продукта, бренда компании (рекламных PR-компаний, презентаций, включая работу на специализированных выставках, распространение рекламных материалов и др.); разрабатывает контент о путешествиях и размещает его на сайте компании и в сети Интернет; проводит работу по стимулированию сбыта с турагентствами и туристами; |
| 3.3.2 | Сформированные навыки владения навыком организации и проведения рекламных туров; обеспечивает деятельность менеджеров и агентов по продаже туристских продуктов брошюрами, путеводителями и другими рекламными материалами, необходимыми для информирования клиентов о тур продуктах; |
| 3.3.3 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_ПБ\_03о\_2020\_ОргТурДеят.к.plx |  |  |  |  |  | стр. 7 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
| **Код занятия** | **Наименование разделов и тем /вид занятия/** | **Семестр / Курс** | **Час.** |  | **Компетен-****ции** | **Литература** | **Интре ракт.** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Раздел 1. Рынок туристских услуг** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |
| 1.1 | Введение. Особенностиформирования рынка туристскихуслуг./Лек/ | 7 | 4 |  | ОПК-4 | Л1.2 | 0 |
| Примечание: |
| 1.2 | Туроператорская и турагентская деятельность. Основные характеристики обслуживания и услуг /Пр/ | 7 | 8 |  | ОПК-4 | Л1.5 | 0 |
| Примечание: |
|  | **Раздел 2. Организация обслуживания в сервисе и туризме** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |
| 2.1 | Организация обслуживания на основе маркетинговых исследований рынка услуг /Ср/ | 7 | 10 |  | ОПК-4 | Л1.1 | 0 |
| Примечание: |
| 2.2 | Формы и виды обслуживания клиентов на предприятиях туристской индустрии. /Ср/ | 7 | 10 |  | ОПК-4 | Л1.5 | 0 |
| Примечание: |
|  | **Раздел 3. Продажи в сервисе и туризме** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |
| 3.1 | Туристский продукт /Ср/ | 7 | 10 |  | ОПК-4 | Л1.3 | 0 |
| Примечание: |
| 3.2 | Продажи как технологический процесс /Ср/ | 7 | 10 |  | ОПК-4 | Л1.1 | 0 |
| Примечание: |
| 3.3 | Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии /Ср/ | 7 | 10 |  | ОПК-4 | Л1.3 | 0 |
| Примечание: |
| 3.4 | Технология продаж услуг и обслуживания туристов /Ср/ | 7 | 10 |  | ОПК-4 | Л1.5 | 0 |
| Примечание: |
| 3.5 | Анимационные технологии в обслуживании туристов /Ср/ | 7 | 10 |  | ОПК-4 | Л1.1 | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_ПБ\_03о\_2020\_ОргТурДеят.к.plx |  |  |  |  |  |  |  |  | стр. 8 |
| Примечание: |
| 3.6 | Технология обслуживания туристов на маршруте /Ср/ | 7 | 10 |  | ОПК-4 | Л1.5 | 0 |
| Примечание: |
|  | **Раздел 4. Качество услуг и качество обслуживания в сервисе и туризме** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |
| 4.1 | Качество услуг /Ср/ | 7 | 6 |  | ОПК-4 | Л1.2 | 0 |
| Примечание: |
| 4.2 | Совершенствование качества услуг и качественного обслуживания /Ср/ | 7 | 6 |  | ОПК-4 | Л1.4 | 0 |
| Примечание: |
| 4.3 | Контроль /ЗачётСОц/ | 7 | 4 |  | ОПК-4 | Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л1.5 | 0 |
| Примечание: |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5.1. ФОСы для проведения промежуточного контроля:** |
| Сем (курс) | Форма контроля | Оценочное средство | Описание | Адрес (URL) |
| 4 | ЗачётСОц | Проект |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5.2. ФОСы для проведения текущего контроля:** |
| Тема | Оценочное средство | Описание | Адрес (URL) |
| Технология продаж услуг и обслуживания туристов | Проект |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5.3. ФОСы для проведения входного контроля:** |
| Оценочное средство | Описание | Адрес (URL) |
| Проект |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
| **6.1. Рекомендуемая литература** |
| **6.1.1. Основная литература** |
|  | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
| Л1.1 | Виноградова Т. В. | Технологии продаж турпродукта: учеб. для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по направл. "Туризм" | Москва: Академия, 2012 |
| Л1.2 | Прончева О.К. | Технологии продажи в гостиничном деле и туризме: учебное пособие | Омск: Омский государственный институт сервиса, 2012 |
| Л1.3 | Прончева О.К. | Технологии продажи в гостиничном деле и туризме: учебное пособие | Омск: Омский государственный институт сервиса, 2012 |
| Л1.4 | Прончева О. К. | Технологии продажи в гостиничном деле и туризме: учебное пособие | Омск: Омский государственный институт сервиса, 2012 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_ПБ\_03о\_2020\_ОргТурДеят.к.plx |  |  | стр. 9 |
|  | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
| Л1.5 | Жданова Т. С., Корионова В. О. | Технологии продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие | Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016 |
|  |  |  |  |  |  |
| **6.3.1 Перечень программного обеспечения** |
|  |
|  |  |  |  |  |  |
| **6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем** |
| 1. Ресурсы собственной генерации:- Электронный каталог и Электронная библиотека ФБ ПГГПУ- Библиотека религиоведение и русской религиозной философии. Изданиях XVIII – нач. XX вв.2. Подписные ресурсы:- Электронная библиотечная система IPRbooks (Договор на предоставление доступа к электронной библиотечной системе № 45/19 от 01.01.2019. Доступ с 01.01.2019 по 31.12.2019)- Электронная библиотека "Юрайт" (Договор № 3971 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС от 08.04.2019. Доступ с 16.04.2019 по 15.04.2020)- Межвузовская электронная библиотека Западно-Сибирской зоны (Договор № 25 о присоединении участника к межвузовской электронной библиотеке педагогических вузов Западно-Сибирской зоны от 23.11.2016)- Коллекция материалов по обучению лиц с инвалидностью и ОВЗ ЭБ МГППУ (Соглашение о сотрудничестве 43-15-19 от 15.11.2015. Лицензионный договор № 987 от 15.11.2015)- Электронные периодические издания East View (Лицензионный договор № 259-П от 1.01.2019. Доступ с 01.01.2019 по 30.05.2019 с 01.09.2019 по 31.12.2019)- Электронные периодические издания. НЭБ eLibrary (Договор SU-21-01-2019 от 21 января 2019 г.)- Удаленный электронный читальный зал (УЭЧЗ) Президентской библиотеки им. Б. Н. Ельцина (Соглашение о сотрудничестве от 24 июня 2013 г.)- Национальная электронная библиотека (НЭБ) (Договор № 101/НЭБ/2216 о предоставлении доступа от 15.05.2017. В течение 5 лет)3. Научные ресурсы:- БД международных индексов научного цитирования Web of Science- БД международных индексов научного цитирования Scopus- Национальная подписка на ScienceDirect- Ресурсы свободного доступа- Электронная библиотека диссертаций РГБ- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU- Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» |
|  |  |  |  |  |  |
| **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
| Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом в объеме не менее 50-70% общего количества часов, должна соответствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.Задания для самостоятельной работы составляются по разделам и темам, по которым не предусмотрены аудиторные занятия, либо требуется дополнительно проработать и проанализировать рассматриваемый преподавателем материал в объеме запланированных часов.Задания по самостоятельной работе могут быть оформлены в виде таблицы с указанием конкретного вида самостоятельной работы:- конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;- проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх;- работа с нормативными документами и законодательной базой;- поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка заключения по обзору;- написание рефератов (эссе);- работа с тестами и вопросами для самопроверки;Самостоятельная работа должна носить систематический характер, быть интересной и привлекательной для студента. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| УП: b430302\_ПБ\_03о\_2020\_ОргТурДеят.к.plx |  | стр. 10 |
| Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента (зачет, экзамен). При этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос на семинарских и практических занятиях, заслушивание докладов, проверка письменных работ и т.д |