

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 22.12.2025 16:16:21
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.14 Технологии продвижения и продажи турпродукта

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

43.03.02 Туризм

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Туризм и гостиничная деятельность
(наименование образовательной программы)

Бакалавр
(квалификация)
Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2023

Донецк

Автор -составитель РПД:

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

Заведующий кафедрой:

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

Рабочая программа дисциплины Б1.О.14 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

овладение обучающимися практическими навыками взаимодействия с потребителями турпродуктов на всех этапах продвижения и продажи туристских услуг.

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

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.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.О

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

Организация деятельности предприятий туристской индустрии

Психология

Основы туризмоведения

Маркетинг в туризме

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

Туроперейтинг

Организационно-управленческая практика

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ОПК-4.3: Организует продажи туристского продукта на основе применения передовых клиентоориентированных технологий, в том числе с помощью онлайн технологий и сети Интернет

Знать:

Уровень 1	теоретические основы организации продаж туристского продукта;
Уровень 2	теоретические основы организации продаж туристского продукта на основе применения передовых клиентоориентированных технологий;
Уровень 3	теоретические основы организации продаж туристского продукта на основе применения передовых клиентоориентированных технологий, в том числе с помощью онлайн технологий и сети Интернет;

Уметь:

Уровень 1	воспроизводить эффективные технологии продаж в учебной обстановке;
Уровень 2	организовывать продажи туристского продукта на основе применения передовых клиентоориентированных технологий, в том числе с помощью онлайн технологий и сети Интернет в знакомой рыночной ситуации;
Уровень 3	организовывать продажи туристского продукта на основе применения передовых клиентоориентированных технологий, в том числе с помощью онлайн технологий и сети Интернет в незнакомой рыночной ситуации;

Владеть:

Уровень 1	навыками воспроизведения эффективных технологий продаж в учебной обстановке;
Уровень 2	навыками организации продаж туристского продукта на основе применения передовых клиентоориентированных технологий, в том числе с помощью онлайн технологий и сети Интернет в знакомой рыночной ситуации;
Уровень 3	навыками организации продаж туристского продукта на основе применения передовых клиентоориентированных технологий, в том числе с помощью онлайн технологий и сети Интернет в незнакомой рыночной ситуации;

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ОПК-4.5: Обеспечивает реализацию туристского продукта на основе применения технологий нейролингвистического программирования

Знать:

Уровень 1	теоретические основы применения технологий нейролингвистического программирования в процессе продажи турпродукта;
------------------	---

Уровень 2	теоретические аспекты применения технологий нейролингвистического программирования в процессе продажи турпродукта;
Уровень 3	технологии нейролингвистического программирования и теоретические аспекты их применения в процессе продажи туристского продукта;
Уметь:	
Уровень 1	воспроизводить существующие технологии нейролингвистического программирования в процессе продажи турпродукта в учебной обстановке;
Уровень 2	применять технологии нейролингвистического программирования в процессе продажи турпродукта в знакомой рыночной обстановке;
Уровень 3	применять технологии нейролингвистического программирования в процессе продажи турпродукта в незнакомой рыночной обстановке;
Владеть:	
Уровень 1	навыками воспроизведения в учебной обстановке существующих технологий нейролингвистического программирования в процессе продажи турпродукта;
Уровень 2	навыками применения технологий нейролингвистического программирования в процессе продажи турпродукта в знакомой рыночной обстановке;
Уровень 3	навыками применения технологий нейролингвистического программирования в процессе продажи турпродукта в незнакомой рыночной обстановке.

В результате освоения дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта"

3.1	Знать:
	основы продвижения и продажи туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями;
3.2	Уметь:
	организовывать продвижение и продажу туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями;

3.3	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 5 зачётные единицы, 180 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. Организация туристского обслуживания						

Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Лек/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Сем зан/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Ср/	5	7	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Лек/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Сем зан/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Ср/	5	7	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме /Лек/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме /Сем зан/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме /Ср/	5	7	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.3. Обслуживание клиентов в офисе /Лек/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.3. Обслуживание клиентов в офисе /Сем зан/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.3. Обслуживание клиентов в офисе /Ср/	5	7	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	

Тема 1.4. Использование скриптов при продажах турпродукта /Лек/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.4. Использование скриптов при продажах турпродукта /Сем зан/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.4. Использование скриптов при продажах турпродукта /Ср/	5	7	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.5. Технологии нейролингвистического программирования в процессе продажи туристского продукта /Лек/	5	8	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.5. Технологии нейролингвистического программирования в процессе продажи туристского продукта /Сем зан/	5	8	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.5. Технологии нейролингвистического программирования в процессе продажи туристского продукта /Ср/	5	16	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
/Конс/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Раздел 2. Технологии продаж туристских услуг						
Тема 2.1. Формирование сбытовой сети /Лек/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.1. Формирование сбытовой сети /Сем зан/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.1. Формирование сбытовой сети /Ср/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.2. Рекламные методы продвижения турпродукта /Лек/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	

Тема 2.2. Рекламные методы продвижения турпродукта /Сем зан/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.2. Рекламные методы продвижения турпродукта /Ср/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.3. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Лек/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.3. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Сем зан/	5	2	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.3. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Ср/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.4.Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Лек/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.4.Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Сем зан/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.4.Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Ср/	5	8	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.5. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Лек/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.5. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Сем зан/	5	4	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.5. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Ср/	5	8	ОПК-4.3 ОПК-4.5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	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.

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.

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	Ключевская, И. С.	Технология формирования и продвижения гостиничного продукта : учебное пособие (346)	Москва : ИНФРА-М, 2022
Л1.2	Кривокора, Е. И.	Деловые коммуникации: учебное пособие (190)	Москва : ИНФРА-М, 2025

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Лысикова, О. В.	Операционный менеджмент туризма : учебное пособие (96 с.)	Москва : ФЛИНТА, 2019
Л2.2	Шевченко, Д. А.	Продвижение товаров и услуг : практическое руководство (372)	Москва : Дашков и К, 2022

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.)	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 деятельность») очной формы обучения (19 с.)	Донецк: ДОНАУИГС, 2022

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
Э4	ЭБС «СОЧУМ»	https://sochum.ru

4.3. Перечень программного обеспечения

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-аудиоматериалы.

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Департамент реализации проектов в сфере туристской деятельности
<https://www.economy.gov.ru/material/departments/d08/>

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

База статистических данных «Финансово-экономические показатели РФ» <https://www.mminfin.ru/ru/statistics/>

Единая межведомственная информационно-статистическая система <https://www.fedstat.ru>

База данных Всемирной туристской организации <https://www.unwto.org/tourism-statistics>

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.

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

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.

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

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 занятиях, 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 интересующие их темы.