



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

**Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Республики Крым
«Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
(ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова)**

Кафедра менеджмента и государственного управления

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

_____ Э.М. Абдулхаирова

14 марта 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ А.Р. Ваниева

14 марта 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.17 «Технологии продаж в туризме»**

направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Менеджмент (гостиничный, курортный и туристический бизнес)»

факультет экономики, менеджмента и информационных технологий

Симферополь, 2025

Рабочая программа дисциплины Б1.В.17 «Технологии продаж в туризме» для бакалавров направления подготовки 38.03.02 Менеджмент. Профиль «Менеджмент (гостиничный, курортный и туристический бизнес)» составлена на основании ФГОС ВО, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970.

Составитель
рабочей программы _____ Д.В. Нехайчук
подпись

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и государственного управления
от 17 февраля 2025 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой _____ А.Р. Ваниева
подпись

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании УМК факультета экономики, менеджмента и информационных технологий
от 14 марта 2025 г., протокол № 6

Председатель УМК _____ К.М. Османов
подпись

1.Рабочая программа дисциплины Б1.В.17 «Технологии продаж в туризме» для бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль подготовки «Менеджмент (гостиничный, курортный и туристический бизнес)».

2.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Цель и задачи изучения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля):

– является формирование у студентов системы знаний об экономической стороне технологии продаж туристических услуг , системы маркетинга , анализа продаж туристических продуктов , характерных для сферы туризма в России , а также приобретение умений по выявлению , созданию и удовлетворению потребностей потребителей турпродукта

Учебные задачи дисциплины (модуля):

- дать понимание основ создания и функционирования системы продаж;
- сформировать у студентов комплекс знаний о процессах обслуживания клиентов;
- подготовить студентов к практическому использованию маркетинговых средств в продажах;
- повысить коммуникативную компетентность студентов;
- раскрыть методы и приёмы ведения продаж на внутренних и международных рынках;
- выработать навыки работы в использовании современных приемов продаж;
- развить у студентов профессиональные навыки менеджеров по продажам туристических услуг.

2.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины Б1.В.17 «Технологии продаж в туризме» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-3 - Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей

ПК-4 - Способен анализировать, обосновывать и осуществлять выбор управленческого решения

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- Демонстрировать знания процесса организации и учреждения организации, организационно-правовых форм предпринимательства, разрабатывать технико-экономическое обоснование создания нового предприятия (ПК-3.1)
- Управлять коммуникативными процессом в качестве специалистов PR-отделов разных организаций, самостоятельно выделять основные формы и средства коммуникации организации с ключевыми и целевыми аудиториями, использовать теоретический материал для анализа проблем коммуникативного менеджмента, организует коммуникационные мероприятия и управляет коммуникационными процессами на предприятии. (ПК-4.1)

Уметь:

- Ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций (ПК 3.8)
- Демонстрировать знания основных задач, этапов и инструментов статистического исследования, проводить сбор и обработку эмпирических и экспериментальных данных с применением методов структурного и динамического анализа макро- и микро-экономических совокупностей (ПК 4.5)

Владеть:

- прогнозом и планированием потребности организации в ресурсах на основе современных методов планирования, управления и организации (ПК 3.4)
- методами анализа и оценки эффективности использования всех видов ресурсов и выявления резервов, способных повысить результативность деятельности (ПК 4.10)

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина Б1.В.17 «Технологии продаж в туризме» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

4. Объем дисциплины (модуля)

(в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся)

| Семестр | Общее кол-во часов | кол-во зач. единиц | Контактные часы | | | | | | СР | Контроль (время на контроль) |
|--------------|--------------------|--------------------|-----------------|-----|-----------|-------------|-----------|----|----|------------------------------|
| | | | Всего | лек | лаб.з ан. | практ. зан. | сем.з ан. | ИЗ | | |
| 6 | 108 | 3 | 54 | 26 | | 28 | | | 54 | За |
| Итого по ОФО | 108 | 3 | 54 | 26 | | 28 | | | 54 | |

5. Содержание дисциплины (модуля) (структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий)

| Наименование тем (разделов, модулей) | Количество часов | | | | | | | | | | | | | | Форма текущего контроля |
|---|------------------|-------------|-----|----|-----|----|----|---------------|-------------|-----|----|-----|----|----|---|
| | очная форма | | | | | | | заочная форма | | | | | | | |
| | Всего | в том числе | | | | | | Всего | в том числе | | | | | | |
| | | л | лаб | пр | сем | ИЗ | СР | | л | лаб | пр | сем | ИЗ | СР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| Раздел 1. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Развитие продаж и их роль в индустрии туризма | 8 | 2 | | 2 | | | 4 | | | | | | | | практическое задание; устный опрос |
| Организация продаж в туризме | 12 | 2 | | 4 | | | 6 | | | | | | | | практическое задание; устный опрос; реферат |
| Разработка стратегии продаж в туризме | 12 | 2 | | 4 | | | 6 | | | | | | | | практическое задание; устный опрос; реферат |
| Техники и технологии продаж | 10 | 2 | | 4 | | | 4 | | | | | | | | практическое задание; устный опрос |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|----|--|----|--|--|----|--|--|--|--|--|--|--|--|------------------------------------|
| Среда, в которой реализуются продажи | 10 | 2 | | 2 | | | 6 | | | | | | | | | практическое задание; устный опрос |
| Раздел 2. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Управление продажами | 8 | 2 | | 2 | | | 4 | | | | | | | | | практическое задание; устный опрос |
| Современные формы и методы продаж турпродукта | 14 | 4 | | 4 | | | 6 | | | | | | | | | практическое задание; устный опрос |
| Офисные продажи в туризме | 12 | 4 | | 2 | | | 6 | | | | | | | | | практическое задание; устный опрос |
| Технологии повышения лояльности потребителей турпродукта | 10 | 2 | | 2 | | | 6 | | | | | | | | | практическое задание; устный опрос |
| Технологии обеспечения роста продаж в туризме | 12 | 4 | | 2 | | | 6 | | | | | | | | | практическое задание; устный опрос |
| Всего часов за 6 семестр | 108 | 26 | | 28 | | | 54 | | | | | | | | | |
| Форма промеж. контроля | Зачет | | | | | | | | | | | | | | | |
| Всего часов дисциплине | 108 | 26 | | 28 | | | 54 | | | | | | | | | |
| часов на контроль | | | | | | | | | | | | | | | | |

5. 1. Тематический план лекций

| № лекц | Тема занятия и вопросы лекции | Форма проведения (актив., интерак.) | Количество часов | |
|--------|--|-------------------------------------|------------------|-----|
| | | | ОФО | ЗФО |
| 1. | Развитие продаж и их роль в индустрии туризма <i>Основные вопросы:</i> 1. Каналы распределения и товародвижения. 2. Спрос, формирование спроса и стимулирование сбыта. 3. Продвижение, продажи и сбыт в сфере услуг 3. Дилеры и дистрибьюторы. Мерчандайзинг. | Акт. | 2 | |
| 2. | Организация продаж в туризме <i>Основные вопросы:</i> 1. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж. 2. Структурная модель туристского продукта. 3. Особенности технологии продаж в сфере услуг | Акт. | 2 | |
| 3. | Разработка стратегии продаж в туризме <i>Основные вопросы:</i> | Акт. | 2 | |

| | | | | |
|----|---|------|---|--|
| | <p>1. Выбор стратегии выстраивания продаж в зависимости от компании, продукта (товара или услуги), каналов сбыта, клиентов, ситуации на рынке.</p> <p>2. План продаж, как завершающий этап маркетингового плана.</p> <p>3. Элементы и методы планирования продаж</p> | | | |
| 4. | <p>Техники и технологии продаж</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Подготовительный этап продаж.</p> <p>2. Правила управления контактом с клиентом.</p> <p>3. Технология управления контактом.</p> <p>4. Приемы воздействия на клиента.</p> <p>5. Исследование потребностей клиентов.</p> | Акт. | 2 | |
| 5. | <p>Среда, в которой реализуются продажи</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Правовые и этические аспекты продаж</p> <p>2. Условия, в которых осуществляются продажи.</p> <p>3. Международные продажи.</p> <p>4. Послепродажное обслуживание и формирование сбытовых отношений с внешней общественностью туроператора (турагентствами, турброкерами, туристами).</p> | Акт. | 2 | |
| 6. | <p>Управление продажами</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Основные функции процесса управления</p> <p>2. Отбор, найм и подготовка персонала.</p> <p>3. Организационная структура отдела продаж.</p> <p>4. Прогнозирование объема продаж. Составление бюджета продаж и его оценка.</p> | Акт. | 2 | |
| 7. | <p>Современные формы и методы продаж</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Правила продажи туристского продукта</p> <p>2. Каналы распределения туристского продукта.</p> <p>3. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения.</p> <p>4. Электронная коммерция в туризме.</p> <p>5. Выставочная деятельность туристской фирмы</p> | Акт. | 4 | |
| 8. | <p>Офисные продажи в туризме</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Работа с возражениями и сомнениями клиента туристической компании.</p> <p>2. Диагностика ложных возражений.</p> <p>3. Общие правила работы с возражениями.</p> <p>4. Способы и методы обработки возражений.</p> <p>5. Стимулирование клиента на покупку</p> | Акт. | 4 | |

| | | | | |
|--------------|---|------|-----------|----------|
| 9. | Технологии повышения лояльности потребителей турпродукта <i>Основные вопросы:</i> 1.Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. 2.Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. 3. Работа с жалобами и претензиями. | Акт. | 2 | |
| 10. | Технологии обеспечения роста продаж в туризме <i>Основные вопросы:</i> 1.Цена в комплексе маркетинга туристской фирмы. 2.Основные этапы ценообразования туристского продукта. 3.Факторы, цели, методы, стратегия и тактика ценообразования в сфере туризма | Акт. | 4 | |
| Итого | | | 26 | 0 |

5. 2. Темы практических занятий

| № занятия | Наименование практического занятия | Форма проведения (актив., интерак.) | Количество часов | |
|-----------|---|-------------------------------------|------------------|-----|
| | | | ОФО | ЗФО |
| 1. | Развитие продаж и их роль в индустрии туризма <i>Основные вопросы:</i> 1.Исходная информация 2.Сущность продаж и их роль 3.Типы продаж 4.Имидж продаж 5.Сущность управления продажами и его предназначение 6.Маркетинговая концепция 7.Реализация маркетинговой концепции 8.Зависимость между продажами и маркетингом | Акт. | 2 | |
| 2. | Организация продаж в туризме <i>Основные вопросы:</i> 1. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж. 2. Структурная модель туристского продукта. 3. Особенности технологии продаж в сфере услуг | Акт. | 4 | |
| 3. | Разработка стратегии продаж в туризме | Акт. | 4 | |
| 4. | Техники и технологии продаж <i>Основные вопросы:</i> 1. Подготовительный этап продаж. 2. Правила управления контактом с клиентом. 3. Технология управления контактом. 4. Приемы воздействия на клиента. 5. Исследование потребностей клиентов. | Акт. | 4 | |
| 5. | Среда, в которой реализуются продажи | Акт. | 2 | |

| | | | | |
|----|--|------|---|--|
| | <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Ситуационные и управленческие факторы, влияющие на продажи 2. Каналы продаж 3. Промышленные/коммерческие продажи и продажи органам власти 4. Продажи для перепродажи 5. Услуги, связанные с продажами 6. Стимулирование продаж 7. Выставки 8. Международные продажи 9. Правовые и этические аспекты продаж</p> | | | |
| 6. | <p>Управление продажами</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Основные функции процесса управления продажами. 2. Отбор, найм и подготовка персонала. 3. Мотивация и подготовка торговых представителей. 4. Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу. 5. Прогнозирование объема продаж 6. Составление бюджета сбыта и его оценка. 7. Организационная структура отдела продаж.</p> | Акт. | 2 | |
| 7. | <p>Современные формы и методы продаж</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Правила продажи туристского продукта потребителю. 2. Каналы распределения туристского продукта. 3. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. 4. Электронная коммерция в туризме.</p> | Акт. | 4 | |
| 8. | <p>Офисные продажи в туризме</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Работа с возражениями и сомнениями клиента туристической компании. 2. Диагностика ложных возражений. 3. Общие правила работы с возражениями. 4. Способы и методы обработки возражений. 5. Стимулирование клиента на покупку</p> | Акт. | 2 | |
| 9. | <p>Технологии повышения лояльности потребителей турпродукта</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> | Акт. | 2 | |

| | | | | |
|-----|--|------|---|--|
| | 1.Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. 2.Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. 3. Работа с жалобами и претензиями. | | | |
| 10. | Технологии обеспечения роста продаж в туризме <i>Основные вопросы:</i> 1.Цена в комплексе маркетинга туристской фирмы. 2.Основные этапы ценообразования туристского продукта. 3.Факторы, цели, методы, стратегия и тактика ценообразования в сфере туризма | Акт. | 2 | |
| | Итого | | | |

5. 3. Темы семинарских занятий

(не предусмотрены учебным планом)

5. 4. Перечень лабораторных работ

(не предусмотрено учебным планом)

5. 5. Темы индивидуальных занятий

(не предусмотрено учебным планом)

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа по данной дисциплине включает такие формы работы как: работа с базовым конспектом; подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу; подготовка реферата; подготовка к зачету.

6.1. Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине (модулю)

| № | Наименование тем и вопросы, выносимые на самостоятельную работу | Форма СР | Кол-во часов | |
|---|--|------------------------------------|--------------|-----|
| | | | ОФО | ЗФО |
| 1 | Развитие продаж и их роль в индустрии туризма Основные вопросы: 1.Исходная информация 2.Сущность продаж и их роль 3.Типы продаж 4.Имидж продаж 5.Сущность управления продажами и его предназначение 6.Маркетинговая концепция 7.Реализация маркетинговой концепции 8.Зависимость между продажами и маркетингом | подготовка к практическому занятию | 4 | |
| 2 | Организация продаж в туризме Основные вопросы: 1. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж. 2. Структурная модель туристского продукта. 3. Особенности технологии продаж в сфере услуг | подготовка к устному опросу | 6 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| 3 | <p>Разработка стратегии продаж в туризме</p> <p>Основные вопросы:</p> <p>1. Выбор стратегии выстраивания продаж в зависимости от компании, продукта (товара или услуги), каналов сбыта, клиентов, ситуации на рынке. 2. План продаж, как завершающий этап маркетингового плана. Виды планов. 3. Элементы и методы планирования продаж. 4. Технические и психологические ошибки планирования.</p> | <p>подготовка к практическому занятию;</p> <p>подготовка реферата</p> | 6 | |
| 4 | <p>Техники и технологии продаж</p> <p>Основные вопросы:</p> <p>1. Подготовительный этап продаж.</p> <p>2. Правила управления контактом с клиентом.</p> <p>3. Технология управления контактом.</p> <p>4. Приемы воздействия на клиента.</p> <p>5. Исследование потребностей клиентов.</p> | <p>подготовка к устному опросу;</p> <p>подготовка к практическому занятию</p> | 4 | |
| 5 | <p>Среда, в которой реализуются продажи</p> <p>Основные вопросы:</p> <p>1. Ситуационные и управленческие факторы, влияющие на продажи 2. Каналы продаж 3. Промышленные/коммерческие продажи и продажи органам власти 4. Продажи для перепродажи 5. Услуги, связанные с продажами 6. Стимулирование продаж 7. Выставки 8. Международные продажи 9. Правовые и этические аспекты продаж</p> | <p>подготовка к практическому занятию;</p> <p>подготовка к устному опросу</p> | 6 | |
| 6 | <p>Управление продажами</p> <p>Основные вопросы:</p> <p>1. Основные функции процесса управления продажами. 2. Отбор, найм и подготовка персонала. 3. Мотивация и подготовка торговых представителей. 4. Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу. 5. Прогнозирование объема продаж 6. Составление бюджета сбыта и его оценка. 7. Организационная структура отдела продаж.</p> | <p>подготовка к практическому занятию</p> | 4 | |
| 7 | <p>Современные формы и методы продаж</p> <p>Основные вопросы:</p> <p>1. Правила продажи туристского продукта потребителю.</p> <p>2. Каналы распределения туристского продукта.</p> <p>3. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. 4. Электронная коммерция в туризме.</p> | <p>подготовка к устному опросу</p> | 6 | |
| 8 | <p>Офисные продажи в туризме</p> | <p>подготовка к</p> | 6 | |

| | | | | |
|----|--|--|-----------|--|
| | Основные вопросы: 1. Работа с возражениями и сомнениями клиента туристической компании. 2. Диагностика ложных возражений. 3. Общие правила работы с возражениями. 4. Способы и методы обработки возражений. 5. Стимулирование клиента на покупку | устному опросу; подготовка реферата | | |
| 9 | Технологии повышения лояльности потребителей турпродукта Основные вопросы: 1. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. 2. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. 3. Работа с жалобами и претензиями. | подготовка к практическому занятию | 6 | |
| 10 | Технологии обеспечения роста продаж в туризме Основные вопросы: 1. Цена в комплексе маркетинга туристской фирмы. 2. Основные этапы ценообразования туристского продукта. 3. Факторы, цели, методы, стратегия и тактика ценообразования в сфере туризма | подготовка к устному опросу | 6 | |
| | Итого | | 54 | |

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

| Дескрипторы | Компетенции | Оценочные средства |
|----------------|---|------------------------------------|
| ПК-3 | | |
| Знать | Демонстрировать знания процесса организации и учреждения организации, организационно-правовых форм предпринимательства, разрабатывать технико-экономическое обоснование создания нового предприятия (ПК-3.1) | практическое задание; устный опрос |
| Уметь | Ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций (ПК 3.8) | практическое задание; реферат |
| Владеть | прогнозом и планированием потребности организации в ресурсах на основе современных методов планирования, управления и организации (ПК 3.4) | зачет |
| ПК-4 | | |

| | | |
|----------------|---|------------------------------------|
| Знать | Управлять коммуникативными процессом в качестве специалистов PR-отделов разных организаций, самостоятельно выделять основные формы и средства коммуникации организации с ключевыми и целевыми аудиториями, использовать теоретический материал для анализа проблем коммуникативного менеджмента, организует коммуникационные мероприятия и управляет коммуникационными процессами на предприятии. (ПК-4.1) | практическое задание; устный опрос |
| Уметь | Демонстрировать знания основных задач, этапов и инструментов статистического исследования, проводить сбор и обработку эмпирических и экспериментальных данных с применением методов структурного и динамического анализа макро- и микро-экономических совокупностей (ПК 4.5) | реферат; устный опрос |
| Владеть | методами анализа и оценки эффективности использования всех видов ресурсов и выявления резервов, способных повысить результативность деятельности (ПК 4.10) | зачет |

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

| Оценочные средства | Уровни сформированности компетенции | | | |
|----------------------|---|--|--|--|
| | Компетентность несформирована | Базовый уровень компетентности | Достаточный уровень компетентности | Высокий уровень компетентности |
| практическое задание | Демонстрируется невыполнение значительной части задания | Демонстрирует знание и понимание большей части задания | Задание выполнено с незначительными погрешностями | Задание выполнено полностью верно |
| устный опрос | Студент не способен дать ответ на заданный вопрос | Студент неполно, поверхностно, не обоснованно отвечает на заданные вопросы | Студент полно, с несущественными замечаниями отвечает на заданные вопросы | Студент полно, глубоко, обоснованно отвечает на заданные вопросы |
| реферат | Материал не структурирован без учета специфики проблемы | Материал слабо структурирован, не связан с ранее изученным, не выделены существенные признаки проблемы | Материал структурирован, оформлен согласно требованиям, однако есть несущественные недостатки. | Материал структурирован, оформлен согласно требованиям |

| | | | | |
|-------|---|--|--|--|
| зачет | соответствует выявления значительных пробелов в знаниях основного программного материала; владение отдельными понятиями, методиками и инструментами, допускает в их использовании принципиальные ошибки; | соответствует выявления знаний основного программного материала; усвоения информации в основном из лекционного курса; владение необходимыми методами, методиками и инструментами, предусмотренными программой; умение использовать их для решения ситуаций; | соответствует выявления знаний основного программного материала; усвоения основной и дополнительной литературы; владение понятийным аппаратом, методами, методиками и инструментами предусмотренными программой; умение использовать их для решения типовых ситуаций; | соответствует выявления всестороннего системного и глубокого знания программного материала; усвоения основной и дополнительной литературы; четкое владение понятийным аппаратом, методами, методиками и инструментами, предусмотренными программой дисциплины. |
|-------|---|--|--|--|

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

7.3.1. Примерные практические задания

1. Пять основных типов клиентоориентированности.
2. Технологии повышения лояльности потребителей турпродукта.
3. СПИН-продажи в туризме.
4. Порядок работы с претензиями в турфирме.
5. Факторы, влияющие на уровень обслуживания клиентов при покупке тура.
6. Основные три стиля обслуживания клиентов.
7. Современные технологии продаж (не менее 4-х).
8. Средства стимулирования потребителей туруслуг.
9. Понятие коммуникативных технологий.
10. Типы трудных клиентов при продаже турпродукта (не менее пяти).

7.3.2. Примерные вопросы для устного опроса

1. Основные принципы технологий продаж туроператоров.
2. Основные принципы технологий продаж турагентств.
3. Проектирование каналов распределения. Функции участников каналов распределения.
4. Подготовка к продажам: пробуждение интересов потенциальных клиентов.
5. Мотивации покупок: типы покупательских мотиваций и решений.

6. Продажи по телефону: особенности телефонных переговоров.
7. Этапы ведения переговоров: переговоры о цене, содействие принятию решения.
8. Способы и особенности влияния на процесс принятия решений о покупке.
9. Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг : предвосхищение и устранение проблем, создание благорасположения.
10. Привлечение и удержание клиентов. Постоянные клиенты.

7.3.3. Примерные темы для составления реферата

1. Принцип работы с жалобами клиентов в сервисах отзывов.
2. Каналы реализации туристского продукта.
3. Влияние имиджевых составляющих на эффективность продаж в туристском бизнесе.
4. Особенности подготовительного этапа персональной продажи.
5. Документы, подтверждающие продажу турпродукта клиенту.
6. Модели кросс-культурного поведения в бизнесе.
7. Продажи через Интернет.
8. Продажи на выставках.
9. Мотивации покупок: типы покупательских мотиваций и решений.
10. Продажи по телефону: особенности телефонных переговоров.

7.3.4. Вопросы к зачету

1. Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс.
2. Особенности формирования рынка туристских услуг.
3. Туристский продукт - основные характеристики, состав.
4. Рынок потребителей.
5. Рынок конкурентов.
6. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг.
7. Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов.
8. Создание сетевых торговых структур.
9. Сущность сетевых структур. Назначение.
10. Практическая реализация проектов сетевых структур в РФ и за рубежом.
11. Франчайзинг.
12. Основные принципы размещения предприятий туристской индустрии.
13. Офисная технология - как основа технологии продаж.
14. Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии. Техно-логическая документация сопровождения продаж.
15. Этапы совершения покупки.
16. Создание инструментов диагностики потребностей потребителей туристских услуг.
17. Способы и особенности влияния на процесс принятия решений о покупке продукта туристской индустрии.
18. Современный опыт применения и использования инструментов влияния на покупательную активность потребителей туристских услуг.
19. Психологические модели потребительских мотиваций.
20. Существующие способы (подходы) ведения продаж.
21. Опыт в использовании различных способов ведения продаж.
22. Выбор оптимальной стратегии продаж туристских услуг.

- 23.Проектирование каналов распределения.
- 24.Функции участников каналов распределения.
- 25.Управление потоками услуг- контрагентов.
- 26.Управление физическим распределением.
- 27.Функции участников каналов распределения в технологическом цикле продаж туристских услуг.
- 28.Информационная функция участников каналов распределения в про-дажах.
- 29.Функции продвижения участников каналов распределения в продажах.
- 30.Функция ведения переговоров участников каналов распределения в продажах.
- 31.Функция достижения согласия по ценам участников каналов распре-деления в
- 32.Функция финансирования участников каналов распределения в про-дажах.
- 33.Функция оплаты участников каналов распределения в продажах.
- 34.Функция работы с клиентом.
- 35.Функция послепродажного сопровождения услуг.
- 36.Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг.
Алгоритмы первого посещения клиента.
- 37.Пробуждение интересов потенциальных клиентов.
- 38.Привлечение и удержание клиентов.
- 39.Нейтрализация возражений потенциального клиента.
- 40.Работа с рекламациями.
- 41.Формирование собственных контингентов потребителей туристских услуг.
Постоянные клиенты.
- 42.Презентация.
- 43.Продажи на выставках.
- 44.Продажи через Интернет.
- 45.Сегментация рынка потребителей туруслуг.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

7.4.1. Оценивание практического задания

| Критерий оценивания | Уровни формирования компетенций | | |
|--|---|--|--|
| | Базовый | Достаточный | Высокий |
| Знание теоретического материала по предложенной проблеме | Теоретический материал усвоен | Теоретический материал усвоен и осмыслен | Теоретический материал усвоен и осмыслен, может быть применен в различных ситуациях по необходимости |
| Овладение приемами работы | Студент может применить имеющиеся знания для решения новой задачи, но необходима помощь преподавателя | Студент может самостоятельно применить имеющиеся знания для решения новой задачи, но возможно не более 2 замечаний | Студент может самостоятельно применить имеющиеся знания для решения новой задачи |

| | | | |
|-------------------|--|--|--|
| Самостоятельность | Задание выполнено самостоятельно, но есть не более 3 замечаний | Задание выполнено самостоятельно, но есть не более 2 замечаний | Задание выполнено полностью самостоятельно |
|-------------------|--|--|--|

7.4.2. Оценивание устного опроса

| Критерий оценивания | Уровни формирования компетенций | | |
|--|--|--|---|
| | Базовый | Достаточный | Высокий |
| Полнота и правильность ответа | Ответ полный, но есть замечания, не более 3 | Ответ полный, последовательный, но есть замечания, не более 2 | Ответ полный, последовательный, логичный |
| Степень осознанности, понимания изученного | Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 3 несоответствий | Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 2 несоответствий | Материал усвоен и излагается осознанно |
| Языковое оформление ответа | Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 4 | Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 2 | Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи |

7.4.3. Оценивание реферата

| Критерий оценивания | Уровни формирования компетенций | | |
|--------------------------------|--|--|---|
| | Базовый | Достаточный | Высокий |
| Новизна реферированного текста | Проблема, заявленная в тексте, имеет научную новизну и актуальность. Авторская позиция не обозначена. Есть не более 3 замечаний | Проблема, заявленная в тексте, имеет научную новизну и актуальность. Авторская позиция не обозначена. Есть не более 2 замечаний | Проблема, заявленная в тексте, имеет научную новизну и актуальность. Выражена авторская позиция |
| Степень раскрытия проблемы | План соответствует теме реферата, отмечается полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; обоснованы способы и методы работы с материалом; продемонстрировано умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы. Есть не более 3 замечаний | План соответствует теме реферата, отмечается полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; обоснованы способы и методы работы с материалом; продемонстрировано умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы. Есть не более 2 замечаний | План соответствует теме реферата, отмечается полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; обоснованы способы и методы работы с материалом; продемонстрировано умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы |

| | | | |
|------------------------------------|----------------------|----------------------|---|
| Обоснованность выбора источников | 5-8 источников | 8-10 источников | Отмечается полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.), более 10 источников |
| Соблюдение требований к оформлению | Не более 4 замечаний | Не более 3 замечаний | Правильное оформление ссылок на используемую литературу; грамотность и культура изложения; владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; соблюдение требований к объему реферата; культура оформления: выделение абзацев. |
| Грамотность | Не более 4 замечаний | Не более 3 замечаний | Отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; литературный стиль |

7.4.4. Оценка зачета

| Критерий оценивания | Уровни формирования компетенций | | |
|--|---|---|--|
| | Базовый | Достаточный | Высокий |
| Полнота ответа, последовательность и логика изложения | Ответ полный, но есть замечания, не более 3 | Ответ полный, последовательный, но есть замечания, не более 2 | Ответ полный, последовательный, логичный |
| Правильность ответа, его соответствие рабочей программе учебной дисциплины | Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины, но есть замечания, не более 3 | Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины, но есть замечания, не более 2 | Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины |
| Способность студента аргументировать свой ответ и приводить примеры | Ответ аргументирован, примеры приведены, но есть не более 3 несоответствий | Ответ аргументирован, примеры приведены, но есть не более 2 несоответствий | Ответ аргументирован, примеры приведены |
| Осознанность излагаемого материала | Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 3 несоответствий | Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 2 несоответствий | Материал усвоен и излагается осознанно |

| | | | |
|-----------------------------------|--|--|---|
| Соответствие нормам культуры речи | Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 4 | Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 2 | Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи |
| Качество ответов на вопросы | Есть замечания к ответам, не более 3 | В целом, ответы раскрывают суть вопроса | На все вопросы получены исчерпывающие ответы |

7.5. Итоговая рейтинговая оценка текущей и промежуточной аттестации студента по дисциплине

По учебной дисциплине «Технологии продаж в туризме» используется 4-балльная система оценивания, итог оценивания уровня знаний обучающихся предусматривает зачёт. Зачет выставляется во время последнего практического занятия при условии выполнения не менее 60% учебных поручений, предусмотренных учебным планом и РПД. Наличие невыполненных учебных поручений может быть основанием для дополнительных вопросов по дисциплине в ходе промежуточной аттестации. Во всех остальных случаях зачет сдается обучающимися в даты, назначенные преподавателем в период соответствующий промежуточной аттестации.

Шкала оценивания текущей и промежуточной аттестации студента

| Уровни формирования компетенции | Оценка по четырехбалльной шкале |
|---------------------------------|---------------------------------|
| | для зачёта |
| Высокий | зачтено |
| Достаточный | |
| Базовый | |
| Компетенция не сформирована | не зачтено |

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература.

| № п/п | Библиографическое описание | Тип (учебник, учебное пособие, учебно-метод пособие, др.) | Кол-во в библ. |
|-------|--|--|---|
| 1. | Коновалова, О. В. Методы стимулирования продаж: учебное пособие / О. В. Коновалова, В. Г. Шадрин, Е. А. Лысенко. — Кемерово: КемГУ, 2023. — 115 с. — ISBN 978-5-8353-2993-9. // Лань: электронно-библиотечная система. | учебное пособие | https://e.lanbook.com/book/384998 |

| | | | |
|----|--|-----------------------------|---|
| 2. | Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. — Москва : Дашков и К, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-394-03902-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229961 (дата обращения: 15.07.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | учебник | https://e.lanbook.com/book/229961 |
| 3. | Канина, Н. П. Продажи: основы, технология, практика: учебно-методическое пособие / Н. П. Канина. — Новосибирск: СГУПС, 2020. — 39 с. — ISBN 978-5-00148-152-2. | учебно-методическое пособие | https://e.lanbook.com/book/164636 |
| 4. | Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / Д. А. Замотайлова, Е. В. Попова, Л. Е. Попок, В. С. Раневская. — 2-е изд., исправ. и доп. — Краснодар : КубГАУ, 2020. — 122 с. — ISBN 978-5-907402-61-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/254300 (дата обращения: 28.07.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | учебное пособие | https://e.lanbook.com/book/254300 |
| 5. | Сербулова, Н. М. Управление разработкой новых продуктов (продактменеджмент) : учебное пособие / Н. М. Сербулова, И. В. Баранова. — Ростов-на-Дону : Донской ГТУ, 2021. — 54 с. — ISBN 978-5-7890-1971-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/237926 (дата обращения: 15.07.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | учебное пособие | https://e.lanbook.com/book/237926 |
| 6. | Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / Д. А. Замотайлова, Е. В. Попова, Л. Е. Попок, В. С. Раневская. — 2-е изд., исправ. и доп. — Краснодар : КубГАУ, 2020. — 122 с. — ISBN 978-5-907402-61-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/254300 (дата обращения: 28.07.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | учебное пособие | https://e.lanbook.com/book/254300 |

| | | | |
|----|---|-----------------|---|
| 7. | Стельмах, Е. А. Организация туристического обслуживания и технологии продаж: учебное пособие / Е. А. Стельмах, К. С. Казакова. — Донецк: ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2021. — 129 с. // Лань: электронно-библиотечная система. | учебное пособие | https://e.lanbook.com/book/323021 |
|----|---|-----------------|---|

Дополнительная литература.

| № п/п | Библиографическое описание | Тип (учебник, учебное пособие, учебно-метод пособие, др.) | Кол-во в библи. |
|-------|--|--|---|
| 1. | Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / Д. А. Замотайлова, Е. В. Попова, Л. Е. Попок, В. С. Раневская. — 2-е изд., исправ. и доп. — Краснодар : КубГАУ, 2020. — 122 с. — ISBN 978-5-907402-61-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/254300 (дата обращения: 28.07.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | учебное пособие | https://e.lanbook.com/book/254300 |
| 2. | Коновалова, О. В. Прямые продажи : учебное пособие / О. В. Коновалова, В. Г. Шадрин, М. А. Шемчук. — Кемерово : КемГУ, 2021. — 74 с. — ISBN 978-5-8353-2839-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/233357 (дата обращения: 15.07.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | учебное пособие | https://e.lanbook.com/book/233357 |
| 3. | Сербулова, Н. М. Управление разработкой новых продуктов (продактменеджмент) : учебное пособие / Н. М. Сербулова, И. В. Баранова. — Ростов-на-Дону : Донской ГТУ, 2021. — 54 с. — ISBN 978-5-7890-1971-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/237926 (дата обращения: 15.07.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. | учебное пособие | https://e.lanbook.com/book/237926 |

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- 1.Поисковые системы: <http://www.rambler.ru>, <http://yandex.ru>, <http://www.google.com>
- 2.Федеральный образовательный портал www.edu.ru.
- 3.Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/ru>

4. Государственная публичная научно-техническая библиотека России URL:
5. Государственное бюджетное учреждение культуры Республики Крым «Крымская республиканская универсальная научная библиотека» <http://franco.crimealib.ru/>
6. Педагогическая библиотека <http://www.pedlib.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (РИНЦ) <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Общие рекомендации по самостоятельной работе бакалавров

Подготовка современного бакалавра предполагает, что в стенах университета он овладеет методологией самообразования, самовоспитания, самосовершенствования. Это определяет важность активизации его самостоятельной работы.

Самостоятельная работа формирует творческую активность бакалавров, представление о своих научных и социальных возможностях, способность вычленять главное, совершенствует приемы обобщенного мышления, предполагает более глубокую проработку ими отдельных тем, определенных программой.

Основными видами и формами самостоятельной работы студентов по данной дисциплине являются: самоподготовка по отдельным вопросам; работа с базовым конспектом; подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу; подготовка реферата; подготовка к зачету.

Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной литературы. Основная функция учебников – ориентировать в системе тех знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине будущими специалистами. Учебник также служит путеводителем по многочисленным произведениям, ориентируя в именах авторов, специализирующихся на определённых научных направлениях, в названиях их основных трудов. Вторая функция учебника в том, что он очерчивает некий круг обязательных знаний по предмету, не претендуя на глубокое их раскрытие.

Чтение рекомендованной литературы – это та главная часть системы самостоятельной учебы бакалавра, которая обеспечивает подлинное усвоение науки. Читать эту литературу нужно по принципу: «идея, теория, метод в одной, в другой и т.д. книгах».

Во всех случаях рекомендуется рассмотрение теоретических вопросов не менее чем по трем источникам. Изучение проблемы по разным источникам - залог глубокого усвоения науки. Именно этот блок, наряду с выполнением практических заданий является ведущим в структуре самостоятельной работы студентов.

Вниманию бакалавров предлагаются список литературы, вопросы к самостоятельному изучению и вопросы к зачету.

Для успешного овладения дисциплиной необходимо выполнять следующие требования:

- 1) выполнять все определенные программой виды работ;
- 2) посещать занятия, т.к. весь тематический материал взаимосвязан между собой и, зачастую, самостоятельного теоретического овладения пропущенным материалом недостаточно для качественного его усвоения;

- 3) все рассматриваемые на занятиях вопросы обязательно фиксировать в отдельную тетрадь и сохранять её до окончания обучения в вузе;
- 4) проявлять активность при подготовке и на занятиях, т.к. конечный результат овладения содержанием дисциплины необходим, в первую очередь, самому бакалавру;
- 5) в случаях пропуска занятий по каким-либо причинам обязательно отрабатывать пропущенное преподавателю во время индивидуальных консультаций.

Внеурочная деятельность бакалавра по данной дисциплине предполагает:

- самостоятельный поиск ответов и необходимой информации по предложенным
- выполнение практических заданий;
- выработку умений научной организации труда.

Успешная организация времени по усвоению данной дисциплины во многом зависит от наличия у бакалавра умения самоорганизовать себя и своё время для выполнения предложенных домашних заданий. Объём заданий рассчитан максимально на 2-3 часа в неделю. При этом алгоритм подготовки будет следующим:

- 1 этап – поиск в литературе теоретической информации по предложенным преподавателем вопросам;
- 2 этап – осмысление полученной информации, освоение терминов и понятий;
- 3 этап – составление плана ответа на каждый вопрос;
- 4 этап – поиск примеров по данной проблематике.

Работа с базовым конспектом

Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций в различных формах их проведения: проблемные лекции с элементами эвристической беседы, информационные лекции, лекции с опорным конспектированием, лекции-визуализации.

На лекциях преподаватель рассматривает вопросы программы курса, составленной в соответствии с государственным образовательным стандартом. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу.

Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям.

Во время самостоятельной проработки лекционного материала особое внимание следует уделять возникшим вопросам, непонятным терминам, спорным точкам зрения. Все такие моменты следует выделить или выписать отдельно для дальнейшего обсуждения на практическом занятии. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией. Полный список литературы по дисциплине приведен в рабочей программе дисциплины.

Подготовка реферата

Реферат является одной из форм рубежной или итоговой аттестации. Данная форма контроля является самостоятельной исследовательской работой. Поэтому недопустимо простое копирование текста из книги, либо же скачивание из сети Интернет готовой работы. Бакалавр должен постараться раскрыть суть в исследуемой проблеме, привести имеющиеся точки зрения, а также обосновать собственный взгляд на нее.

Поэтому требования к реферату относятся, прежде всего, к оформлению и его содержанию, которое должно быть логично изложено и отличаться проблемно-тематическим характером. Помимо четко изложенного и структурированного материала, обязательно наличие выводов по каждому параграфу и общих по всей работе.

Нормативные требования к написанию реферата основываются на следующих принципах:

- Начать рекомендуется с правильной формулировки темы и постановки базовых целей и задач.
- В дальнейшем начинается отбор необходимого материала. Самое главное - "не жадничать" и убирать те данные, которые не смогут раскрыть сущность поставленной цели. Нельзя руководствоваться принципом: «Будет большой объем работы, значит, получу хорошую отметку». Это – неправильно, поскольку требования к реферату ГОСТ не только ограничивают его объем, но и жестко определяют структуру.

Реферат содержит следующие разделы:

1. Введение, включает в себя: актуальность, в которой обосновать свой выбор данной темы; объект; предмет; цель; задачи и методы исследования; практическая и теоретическая значимость работы.
2. Основная часть. В основной части текст обязательно разбить на параграфы и под параграфы, в конце каждого сделать небольшое заключение с изложением своей точки зрения. Подготовка реферата должна осуществляться на базе тех научных материалов, которые актуальны на сегодняшний день (за 10 последних лет).
3. Заключение.
4. Литература (список используемых источников). Оформлять его рекомендуется с указанием следующей информации: автор, название, место и год издания, наименование издательства и количество страниц.

Требования к реферату по оформлению следующие:

- Делать это рекомендуется только в соответствии с правилами, которые предъявляются в конкретном образовательном учреждении. Речь идет о титульном листе, списке литературы и внешнем виде страницы.
- Особое внимание должно быть уделено оформлению цитат, которые включаются в текст в кавычках, а далее в скобках дается порядковый номер первоисточника из списка литературы и через точку с запятой номер страницы.
- В соответствии с ГОСТ 9327-60 текст, таблицы и иллюстрации обязательно должны входить в формат А4.

- Реферат выполнять только на компьютере. Текст выравнивать по ширине, междустрочный интервал -полтора, шрифт -Times New Roman (14 пт.), параметры полей - нижнее и верхнее - 20 мм, левое -30, а правое -10 мм, а отступ абзаца -1,25 см.
- В тексте обязательно акцентировать внимание на определенных терминах, понятиях и формулах при помощи подчеркивания, курсива и жирного шрифта. Помимо этого, должны выделяться наименования глав, параграфов и подпараграфов, но точки в конце них не ставятся.

Подготовка к практическому занятию

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.

Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии.

Следовательно, работа на практическом занятии направлена не только на познание студентом конкретных явлений внешнего мира, но и на изменение самого себя.

Второй результат очень важен, поскольку он обеспечивает формирование таких общекультурных компетенций, как способность к самоорганизации и самообразованию, способность использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности студента. процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются.

В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте.

Объём заданий рассчитан максимально на 1-2 часа в неделю.

Подготовка к устному опросу

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки устных ответов студентов:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

Подготовка к зачету

Зачет является традиционной формой проверки знаний, умений, компетенций, сформированных у студентов в процессе освоения всего содержания изучаемой дисциплины. Обычный зачет отличается от экзамена только тем, что преподаватель не дифференцирует баллы, которые он выставляет по его итогам.

Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра, а не за несколько дней до его проведения.

Подготовка включает следующие действия. Прежде всего нужно перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра. Затем надо соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету. Если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуются делать краткие записи. Речь идет не о шпаргалке, а о формировании в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Накануне зачета необходимо повторить ответы, не заглядывая в записи. Время на подготовку к зачету по нормативам университета составляет не менее 4 часов.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при

Информационные технологии применяются в следующих направлениях:
оформление письменных работ выполняется с использованием текстового редактора;
демонстрация компьютерных материалов с использованием мультимедийных технологий;

использование информационно-справочного обеспечения, такого как: правовые справочные системы (Консультант+ и др.), онлайн словари, справочники (Грамота.ру, Интуит.ру, Википедия и др.), научные публикации.

использование специализированных справочных систем (электронных учебников, справочников, коллекций иллюстраций и фотоизображений, фотобанков, профессиональных социальных сетей и др.).

OpenOffice Ссылка: <http://www.openoffice.org/ru/>

Mozilla Firefox Ссылка: <https://www.mozilla.org/ru/firefox/new/>

Libre Office Ссылка: <https://ru.libreoffice.org/>

Do PDF Ссылка: <http://www.dopdf.com/ru/>

7-zip Ссылка: <https://www.7-zip.org/>

Free Commander Ссылка: <https://freecommander.com/ru>

be Reader Ссылка: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html>

Gimp (графический редактор) Ссылка: <https://www.gimp.org/>

ImageMagick (графический редактор) Ссылка: <https://imagemagick.org/script/index.php>

VirtualBox Ссылка: <https://www.virtualbox.org/>

Adobe Reader Ссылка: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html>

Операционная система Windows 8.1 Лицензионная версия по договору №471\1 от
Электронно-библиотечная система Библиокомплектатор

Национальна электронная библиотека - федеральное государственное бюджетное
учреждение «Российская государственная библиотека» (ФГБУ «РГБ»)

Редакция Базы данных «ПОЛПРЕД Справочники»

Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ»

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

-компьютерный класс и доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки)
(должен быть приложен график занятости компьютерного класса);

-проектор, совмещенный с ноутбуком для проведения лекционных занятий
преподавателем и презентации студентами результатов работы

-раздаточный материал для проведения групповой работы;

13. Особенности организации обучения по дисциплине обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потерь данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;

- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи чeskих занятий, выступления с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;

- применение дистанционных образовательных технологий для организации текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с

ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, – не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин., – продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

14. Виды занятий, проводимых в форме практической подготовки

(не предусмотрено при изучении дисциплины)