

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 25.08.2023 14:07:24
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе
Пятигорского института (филиал)
СКФУ

_____ М.В. Мартыненко
«28» марта 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ»

Направление подготовки **43.03.02 Туризм**

Направленность (профиль) **Туристическая деятельность**

Форма обучения очная

Год начала обучения 2022

Реализуется в 5 семестре

Разработано

Доцент кафедры ТиГД, кандидат
исторических наук
Гарбузова Т. Г.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Пятигорск 2022 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Маркетинг в туризме» являются:

- сформировать у обучающегося представления о теоретической, методической и практической деятельности в области маркетинга в туристской индустрии;
- сформировать у обучающегося комплексное представление об основах маркетинга в туристской индустрии с учетом современных подходов к организации обслуживания.

Задачами освоения дисциплины являются:

- усвоить основные понятия в области маркетинговой деятельности;
- получить базовые представления о целях и задачах маркетинга, роли маркетинга в современном обществе;
- изучить содержание маркетинговой деятельности предприятий туристской индустрии;
- иметь представление о маркетинговой среде предприятий туристской индустрии;
- изучить элементы комплекса маркетинга туристского предприятия и уметь управлять ими;
- приобрести знания в области сбора, обработки и хранения маркетинговой информации;
- владеть прочными навыками проведения анализа и прогнозирования потенциала туристского рынка;
- владеть навыками использования маркетингового инструментария в туристской индустрии;
- владеть навыками работы с потребителями туристских услуг;
- проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг;
- получить навыки в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга туристского предприятия;
- приобрести умения и навыки использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций;
- уметь проводить оценку эффективности маркетинговой деятельности туристского предприятия.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг в туризме» относится к обязательной части дисциплин подготовки бакалавра по направлению подготовки 43.03.02 Туризм. Ее освоение происходит в 5 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ОПК-4 Способен осуществлять	ОПК-4 ИД-1 Осуществляет маркетинговые исследования	Разрабатывает проекты в туристской деятельности, в том числе с применением современных информационных и коммуникативных технологий, в том числе с
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	ОПК-4 ИД-2 Формирует каналы	

	сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	использованием иностранного (английского) языка
--	--	---

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий:	З.е.	Астр. ч.	Из них в форме практической подготовки
Всего:	4	108	
Из них аудиторных:		54	
Лекций		27	
Лабораторных работ			
Практических занятий		27	
Самостоятельной работы		27	
Формы контроля:		27	
Экзамен		5 семестр	

* Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (если иное не установлено образовательным стандартом)

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

5.1. Тематический план дисциплины (модуля)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции, индикаторы	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов				Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические	Лабораторные	Групповые	
5 семестр							
Раздел 1. Основы маркетинга в деятельности туристских предприятий							
1	Основные понятия маркетинговой деятельности. Этапы развития маркетинга и	ОПК-4 (ИД-1, ИД-2)	3	3	-	-	3

Сертификат:

12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец:

Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

2	Туристский продукт как основа туристского маркетинга. Анализ внутренней и внешней маркетинговой среды.		3	3	-	-	3
Раздел 2. Понятия маркетинговой среды							
3	Маркетинговые исследования потребителей. Процесс сегментирования в туризме	ОПК-4 (ИД-1, ИД-2)	3	3	-	-	3
4	Микросреда туристского предприятия. Основные понятия маркетинговых стратегий		3	3	-	-	3
Раздел 3. Маркетинговые стратегии в туризме							
5	Ценовая политика туристского предприятия. Разработка сбытовой политики турфирмы.	ОПК-4 (ИД-1, ИД-2)	3	3	-	-	3
6	Коммуникационная политика предприятия. Контроль маркетинга туристского предприятия.		3	3	-	-	3
Раздел 4.Комплекс маркетинга туристской территории							
7	Современные средства продвижения туристских территорий. Формирование имиджа туристских территорий	ОПК-4 (ИД-1, ИД-2)	3	3	-	-	3
8	Маркетинг городов и туристских центров. Маркетинг достопримечательностей.		3	3	-	-	3
9	Международный маркетинг		3	3	-	-	3
Итого за 5 семестр			27	27	-	-	27
Итого			27	27	-	-	27

5.2 Наименование и содержание лекций

№ Темы дисциплины	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Из них практическая подготовка, часов
5 семестр			
Раздел 1. Основы маркетинга в деятельности туристских предприятий			
1	Тема 1. Основные понятия маркетинговой деятельности. Этапы развития маркетинга и маркетинговые концепции. Определение маркетинга, его цели и задачи. Основные элементы маркетинговой деятельности. Принципы маркетинга. Функции	3	-

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

	маркетинга. Этапы развития маркетинга. Концепции маркетинга и эволюция их развития. Концепция «совершенствования производства» (до начала 30-х гг.). Концепция совершенствования сбыта (до начала 50-х гг.). Товарная концепция (до начала 70-х гг.). Концепция маркетинг-микс, концепция 5P.		
2	Тема 2. Туристский продукт как основа туристского маркетинга. Анализ внутренней и внешней маркетинговой среды. Маркетинг в туризме и его особенности. Туристический продукт, как основное понятие туристического маркетинга. Виды и цели маркетинговых исследований. Основные этапы проведения маркетинга. Характеристика ценообразования в туристическом маркетинге. Маркетинговая среда турфирмы. Структура анализа маркетинговой среды. Маркетинговая среда турфирмы. Структура анализа маркетинговой среды. Сущность и характеристики маркетинговой среды предприятия, факторы ее непосредственного окружения и косвенного влияния. Оценка внутренней и внешней среды на основе проведения SWOT-анализа. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинга.	3	-
Раздел 2. Понятия маркетинговой среды			
3	Тема 3. Маркетинговые исследования потребителей. Процесс сегментирования в туризме. Сущность и функции маркетинга, система маркетинговой информации. Типы и методы маркетинговых исследований, их характеристика. Портрет и поведение потребителей, их отношение к товарам, торговым маркам, производителям. Поведение потребителя на рынке. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг. Мотивы поведения потребителей. Сегментирование рынка – как один из эффективных инструментов маркетинга. Основная цель сегментации туристического рынка. Основные признаки сегментации. Выбор целевого рынка. Направления и основные подходы к исследованию демографического и социально-экономического сегментирования. Характеристика и классификация при сегментировании туризма. Закономерности организации обслуживания клиентов и требования к	3	-
4	Тема 4. Туристское предприятие. Основные типы туристских маркетинговых стратегий. Понятие среды маркетинга. Исследования среды	3	-

	маркетинга туристского предприятия. Анализ внутренней среды предприятия. Факторы, оказывающие влияние на деятельность туристской фирмы. Маркетинговые исследования, разработка товара. Организация сбыта товара, установление цен, реклама. Виды и цели маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. Виды маркетинговых стратегий. Глобальные маркетинговые стратегии. Базовые стратегии. Конкурентные стратегии. Активный маркетинговый процесс с долгосрочным горизонтом плана, потенциал рынка и потребности клиентов. Определение стратегии мобилизации ресурсов и логическая последовательность. Прогноз долгосрочной конкурентной позиции компании и исследование рынка.		
--	---	--	--

Раздел 3. Маркетинговые стратегии в туризме

5	Тема 5.Ценовая политика туристского предприятия. Разработка сбытовой политики турфирмы. Процесс разработки ценовой политики туристской организации. Методы ценообразования. Ценовые стратегии туристского предприятия. Условия рыночного ценообразования. Издержки и себестоимость продукции. Факторы, влияющие на установление цен. Ценовая эластичность спроса. Анализ цен и товаров конкурентов. Калькулирование полной себестоимости туристического продукта. Скидки и налоги. Сущность и основные понятия сбытовой политики в туристической организации. Каналы сбыта туристского продукта. Выбор посредников при распределении в туризме. Уровень канала распределения. Конкурентные преимущества туристской компании на рынке продаж. Разработка и оценка эффективности мероприятий по совершенствованию реализационной политики.	3	-
---	--	---	---

6	Тема 6. Коммуникационная политика предприятия. Контроль маркетинга туристского предприятия. Основное содержание коммуникационной политики организации. Комплекс коммуникаций. Этапы разработки коммуникационной программы. Сущность и значение коммуникативной политики предприятия. Анализ основных средств маркетинговых коммуникаций. Анализ этапов разработки коммуникационной политики. Сущность и основные понятия контроля маркетинга. Каналы сбыта туристского продукта. Выбор посредников при распределении в туризме. Уровень канала распределения. Конкурентные преимущества туристской компании на рынке продаж. Разработка и оценка эффективности мероприятий по совершенствованию реализационной политики.	3	-
---	--	---	---

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
 Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
 Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

	контроля маркетинговой деятельности. Рассмотрение вопросов организации и деятельности маркетинговой службы на предприятии туристкой сферы. Разработка рекомендаций по ее совершенствованию. Изучение целей и видов планирования в системе маркетинговых служб, распределения прав и ответственности.		
Раздел 4. Комплекс маркетинга туристской территории			
7	Тема 7. Современные средства продвижения туристских территорий. Формирование имиджа туристских территорий. Изучение теоретических основ продвижения туристского продукта. Выявление основных направлений рекламно-информационной деятельности туристических предприятий. Анализ эффективности использования рекламы и техники личных продаж в туристической сфере. Методы продвижения туристско-рекреационной территории. Выставки как элемент территориального туристского маркетинга. Маркетинг имиджа, основные понятия, роль и значение. Характеристика основных этапов формирования имиджа. Имиджевое позиционирование туристских территорий. Понятие туристского имиджа территории и основные принципы его формирования. Общая характеристика рекреационных ресурсов. Формирование туристского имиджа. Преимущества территории как объекта для туризма.	3	-
8	Тема 8. Маркетинг городов и туристских центров. Маркетинг достопримечательностей. Основные позиции понимания города как объекта маркетинговой деятельности. Сущность и особенности маркетинга в туризме, его закономерности и значение. Нормативно-правовое обоснование данной сферы. Этапы и направления исследования туристического рынка. Развитие городов как туристских центров, порядок составления их рейтинга. Понятие туристского центра. Основные понятия маркетинга достопримечательностей. Роль маркетинга достопримечательностей. Значение маркетинга достопримечательностей. Сущность и разновидности территориального маркетинга.	3	-
9	Тема 9. Международный маркетинг. ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ Сущность, сфера, цели и задачи международного маркетинга. Среда международного маркетинга.	3	-

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

	Внутренние и внешние аспекты международного маркетинга. Разработка рекомендаций для повышения и удержания спроса на продукцию.		
Итого за 5 семестр		27	-
Итого		27	-

5.3 Наименование лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

5.4 Наименование практических занятий

№ Темы дисциплины	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Из них практическая подготовка, часов
5 семестр			
Раздел 1. Маркетинг предприятий гостиничной индустрии			
1	Практическое занятие №1. Основные понятия маркетинговой деятельности.	1,5	-
1	Практическое занятие №2. Этапы развития маркетинга и современные маркетинговые концепции.	1,5	-
2	Практическое занятие № 3. Туристский продукт как основа туристского маркетинга.	1,5	-
2	Практическое занятие № 4. Анализ внутренней и внешней маркетинговой среды.	1,5	-
Раздел 2. Понятия маркетинговой среды			
3	Практическое занятие № 5. Маркетинговые исследования потребителей.	1,5	-
3	Практическое занятие № 6. Процесс сегментирования в туризме.	1,5	-
4	Практическое занятие № 7. Микросреда туристского предприятия.	1,5	-
4	Практическое занятие № 8. Основные понятия маркетинговых стратегий.	1,5	-
Раздел 3. Маркетинговые стратегии в туризме			
5	Практическое занятие № 9. Ценовая политика туристского предприятия.	1,5	-
5	Практическое занятие № 10. Разработка сбытовой политики турфирмы.	1,5	-
6	Практическое занятие № 11. Коммуникационная политика предприятия.	1,5	-
6	Практическое занятие № 12. Контроль маркетинга туристского предприятия.	1,5	-
Раздел 4.Комплекс маркетинга туристской территории			
7	Практическое занятие № 13. Современные территории.	1,5	-
7	Практическое занятие № 14. Формирование имиджа туристских территорий.	1,5	-

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: 7Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

8	Практическое занятие № 15. Маркетинг городов и туристских центров. Маркетинг достопримечательностей.	3	-
9	Практическое занятие № 16. Международный маркетинг.	3	-
Итого за 5 семестр		27	-
Итого		27	-

5.5 Технологическая карта самостоятельной работы обучающегося

Коды реализуемых компетенций,	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
ОПК-4 (ИД-1, ИД-2)	5 семестр				
	Самостоятельное изучение литературы по темам № 1-9	Собеседование	18,2	2,8	21
	Подготовка к практическим занятиям по темам № 1-9	Собеседование	4,12	1,88	6
Итого за 5 семестр			22,32	4,68	27
Итого			22,32	4,68	27

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Маркетинг в туризме» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения:

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат:	12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец:	Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	

Дисциплина «Маркетинг в туризме» по тематическому принципу, каждая тема представляет собой лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Сейфуллаева, М. Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / М. Э. Сейфуллаева. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — 5-238-00800-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71021.html>

2. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. А. Восколович. — 2-е изд. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 207 с. — 978-5-238-01519-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81792.html>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Лисевич А.В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова. — Электрон.текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 174 с. — 978-5-394-02434-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75218.html>

2. Лисевич А.В. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие для ССУЗов/ Лисевич А.В., Лунтова Е.В., Джалай М.А.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 68 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44182>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Маркетинг в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <https://e.lanbook.com/> - Электронно-библиотечная система Лань;
2. <http://biblioclub.ru/> - Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»;
3. <http://www.iprbookshop.ru/> - Электронно-библиотечная система IPRbooks

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

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентаций, мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты готовят и используют информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины.

1	КонсультантПлюс - http://www.consultant.ru/
Программное обеспечение:	
1	Операционная система: Microsoft Windows 8: 2013-02(3000). Бессрочная лицензия. Договор № 01-за/13 от 25.02.2013. Окончание бесплатной поддержки – 2023-01 ИЛИ Операционная система: Microsoft Windows 10: 2016-08(20), 2017-10(67), 2018-01(18), 2018-04(6), 2018-05(6), 2019-02(7). Бессрочная лицензия. Договоры № 27-за/16 от 02.08.2016. и № 0321100021117000009_229123 от 10.10.2017. На текущий момент окончания поддержки не анонсировано.
2	Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). MicrosoftOfficeStandard 2013: договор № 01-за/13 от 25.02.2013г., Лицензирование Microsoft Office https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674 Дата начала жизненного цикла 09.01.2013г.; набор обновлений Office 2013 Service Pack1 Дата начала жизненного цикла 25.02.2014г., Дата окончания основной фазы поддержки 10.04.2018; Дополнительная дата окончания поддержки 11.04.2023г.

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

Лекционные занятия	Учебная аудитория с мультимедийным оборудованием Мультимедийное оборудование: проектор стационарный, компьютер, экран стационарный, комплект учебной мебели
Практические занятия	Учебная аудитория с мультимедийным оборудованием Мультимедийное оборудование: проектор стационарный, компьютер, экран стационарный, комплект учебной мебели
Самостоятельная работа	Компьютерный класс с интерактивным мультимедиа оборудованием, учебная аудитория Персональные компьютеры, мультимедийное оборудование: проектор стационарный, компьютер, доска магнитно-маркерная, комплект учебной мебели

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022