

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 15:27:28
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 ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

Направление подготовки **43.03.03 Гостиничное дело**
Направленность (профиль) **Гостиничная деятельность**
Форма обучения заочная
Год начала обучения 2022
Реализуется в 5 семестре

Разработано

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

Пятигорск 2022 г.

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

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины: сформировать у обучающегося представления о теоретической, методической и практической деятельности в области маркетинга в гостиничной индустрии; сформировать у обучающегося комплексное представление об основах маркетинга в гостиничной индустрии с учетом современных подходов к организации обслуживания, раскрытию специфики разработки программ обслуживания клиентов; сформировать обучающегося комплексное представление культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации с позиций проблем и перспектив развития маркетинга в индустрии гостеприимства; выработать навыки получения, анализа и обобщения исторической информации и основные приемы анализа исторического источника, литературы и интернет -ресурсов в ходе подготовки и проведения маркетингового исследования; сформировать основы профессиональной культуры в процессе выполнения теоретических и практических заданий по дисциплине.

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 гостиничной индустрии;
- рассмотреть концепции управления маркетинга;
- иметь представление о маркетинговой среде гостиничных предприятий;
- изучить элементы комплекса маркетинга гостиничного 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 индустрии гостеприимства;
- владеть навыками работы с потребителями гостиничных услуг;
- проводить маркетинговые исследования рынка гостиничных услуг;
- получить навыки в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга гостиничного 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 гостиничного предприятия.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг гостиничного предприятия» относится к обязательной части дисциплин подготовки бакалавра по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело. Ее освоение происходит в 5 семестре.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6	3. Перечень заданий, соответствующих требованиям к освоению дисциплины (модуля), соотнесённых с
Владелец: Щербухова Татьяна Александровна	освоения образовательной программы
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 ИД-1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение; определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач	Проектирует, разрабатывает и реализует проекты, направленные на развитие организаций сферы гостеприимства
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4 ИД-2 Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий ОПК-4 ИД-3 Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет	Осуществляет продвижение и продажу гостиничного продукта
ПК-4 Способен осуществлять продвижение и продажу гостиничного продукта	ПК-4 ИД-2 Организует продвижение услуг организаций индустрии гостеприимства	Осуществляет продвижение и продажу гостиничного продукта
ПК-12 Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	ПК-12 ИД-2 Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства	Находит, анализирует и оценивает информацию, необходимую для организации гостиничной деятельности

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:		6	
Лекций		3	
Лабораторных работ			
Практических занятий		3	
Самостоятельной работы		95,25	
Формы контроля:			
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)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Структурированное по темам (разделам) с

ий

(модуля)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции, индикаторы	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов				Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Групповые	

5 семестр

Раздел 1. Маркетинг предприятий гостиничной индустрии

1	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в гостиничной деятельности	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ПК-12 ИД-2 ПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД-3	1,5	1,5	-	-	47,625
2	Концепция маркетинга в гостиничной деятельности		-	-	-	-	-
3	Основные направления маркетинговых исследований в гостиничной деятельности		-	-	-	-	-
4	Маркетинговые исследования конкурентов		-	-	-	-	-
5	Маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг		-	-	-	-	-
6	Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка		-	-	-	-	-

Раздел 2. Маркетинговые стратегии в гостиничном бизнесе

7	Основные понятия маркетинговых стратегий	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ПК-12 ИД-2 ПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД-3	1,5	1,5	-	-	47,625
8	Ценовая политика гостиничного предприятия		-	-	-	-	-
9	Разработка сбытовой политики гостиничного предприятия		-	-	-	-	-
10	Коммуникационная политика предприятия		-	-	-	-	-
11	Контроль маркетинга гостиничного предприятия		-	-	-	-	-

Раздел 3. Организация и контроль маркетинга гостиничного предприятия

12	Организация маркетинга гостиничного предприятия	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	-	-	-	-	-
----	---	-------------------------	---	---	---	---	---

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

13	Маркетинговая среда гостиничного предприятия	ПК-12 ИД-2 ПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД-3	-	-	-	-	-
14	Маркетинговые мероприятия по продвижению гостиничного продукта		-	-	-	-	-
15	Маркетинговые технологии В индустрии гостеприимства		-	-	-	-	-
16	Формирование коммуникационной политики в гостиничной индустрии		-	-	-	-	-
17	Особенности маркетинга отдельных сегментов индустрии гостеприимства		-	-	-	-	-
18	Интерактивный маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства		-	-	-	-	-
Итого за 5 семестр			3	3	-	-	95,25
Итого			3	3	-	-	95,25

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. Маркетинг предприятий гостиничной индустрии			
1	Тема 1. Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в гостиничной деятельности Предпосылки становления, формирования и развития маркетинга. Сущность и специфика маркетинга в гостиничной деятельности. Основные понятия маркетинга. Основные цели, задачи и принципы маркетинга.	1,5	-
2	Тема 2. Концепция маркетинга в гостиничной деятельности Развитие теории и практики маркетинга. Эволюция концепций управления на предприятиях гостеприимства. Концепции маркетинга. Виды спроса и задачи маркетинга.	-	-
3	Тема 3. Основные направления маркетинговых исследований в гостиничной деятельности Сущность, содержание и задачи маркетинговых исследований. Методические основы маркетинговых исследований. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Формы организации маркетинговых исследований. Направления маркетинговых исследований.	-	-
4	Тема 4. Маркетинговые исследования конкурентов Конкурентная среда гостиничного предприятия. Элементы	-	-
	Тема 5. Маркетинговые исследования потребителей Факторы, оказывающие влияние на потребителей	-	-

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

	гостиничных услуг. Мотивы поведения потребителей. Характеристика процесса принятия решения о приобретении гостиничных услуг		
6	Тема 6. Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка Понятие сегментации туристского рынка как деятельность по классификации потенциальных потребителей в соответствии с особенностями их спроса. Характеристика конкурентной среды гостиничного предприятия. Основные концепции маркетинговой деятельности.	-	-
Раздел 2. Маркетинговые стратегии в гостиничном бизнесе			
7	Тема 7. Основные понятия маркетинговых стратегий. Виды маркетинговых стратегий. Глобальные маркетинговые стратегии. Базовые стратегии. Конкурентные стратегии.	1,5	-
8	Тема 8. Ценовая политика гостиничного предприятия. Процесс разработки ценовой политики гостиничного предприятия. Методы ценообразования. Ценовые стратегии гостиничного предприятия.	-	-
9	Тема 9. Разработка сбытовой политики гостиничного предприятия. Каналы сбыта гостиничного продукта. Выбор посредников при распределении в гостиничной индустрии. Уровень канала распределения.	-	-
10	Тема 10. Коммуникационная политика предприятия. Основное содержание коммуникационной политики организации. Комплекс коммуникаций. Этапы разработки коммуникационной программы.	-	-
11	Тема 11. Контроль маркетинга гостиничного предприятия. Система контроля маркетинга. Цель аудита маркетинга. Принцип аудита маркетинга. Уровни контроля маркетинговой деятельности.	-	-
Раздел 3. Организация и контроль маркетинга гостиничного предприятия			
12	Тема 12. Формирование маркетинговой стратегии. Формирование, разработка и оценка эффективности маркетинговой стратегии. Основные задачи и компоненты маркетинговой стратегии, поэтапный процесс ее формирования. Оценка конкурентного преимущества предприятия на рынке, его сегментирование.	-	-
13	Тема 13. Маркетинговая среда гостиничного предприятия Понятие маркетинговой среды. Внутренняя и внешняя среда гостиничного предприятия. Внешняя среда маркетинга. Микросреда: поставщики, посредники, конкуренты, покупатели. Макросреда: стабильность политической системы рынка; жизненный уровень, покупательская способность общества; правовая законодательская система, защита окружающей природной среды, стандарты в области производства и потребления продукции.	-	-
14	Тема 14. Маркетинговые мероприятия по продвижению гостиничного продукта Создание имиджа гостиничного предприятия. Комплекс маркетинговых мероприятий. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.	-	-

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

	коммуникаций.		
15	Тема 15. Маркетинговые технологии в индустрии гостеприимства Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии гостеприимства. Информационное обеспечение маркетинга в гостеприимстве.	-	-
16	Тема 16. Формирование коммуникационной политики в гостиничной индустрии Современные коммуникационные технологии продвижения в туризме на макро, мезо- и микроуровне. планирование и организация рекламной кампании в гостеприимстве. Правовое регулирование коммуникационной деятельности в гостиничной деятельности.	-	-
17	Тема 17. Особенности маркетинга отдельных сегментов индустрии гостеприимства Формирование отношений с клиентами в гостиничной индустрии. Особенности маркетинга гостиничных предприятий.	-	-
18	Тема 18. Интерактивный маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства Факторы, определяющие покупательское поведение. Модель покупательского поведения. Психология потребителя в маркетинге услуг: процесс принятия решения о покупке.	-	-
Итого за 5 семестр		3	-
Итого		3	-

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. Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в гостиничной деятельности	1,5	-
2	Практическое занятие №2. Концепция маркетинга в гостиничной деятельности	-	-
3	Практическое занятие № 3. Основные направления маркетинговых исследований в гостиничной деятельности	-	-
4	Практическое занятие № 4. Маркетинговые исследования конкурентов	-	-
5	Практическое занятие № 5. Маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг	-	-
6	Практическое занятие № 6. Сегментация как средство целевого рынка	-	-
Тема 3. Маркетинговые стратегии в гостиничном бизнесе			
7	Практическое занятие № 7. Основные понятия маркетинговых стратегий.	1,5	-

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

8	Практическое занятие № 8. Ценовая политика гостиничного предприятия.	-	-
9	Практическое занятие № 9. Разработка сбытовой политики гостиничного предприятия.	-	-
10	Практическое занятие № 10. Коммуникационная политика предприятия.	-	-
11	Практическое занятие № 11. Контроль маркетинга гостиничного предприятия.	-	-
Тема 3. Организация и контроль маркетинга гостиничного предприятия			
12	Практическое занятие 12. Формирование маркетинговой стратегии.	-	-
13	Практическое занятие 13. Маркетинговая среда гостиничного предприятия	-	-
14	Практическое занятие 14. Маркетинговые мероприятия по продвижению гостиничного продукта	-	-
15	Практическое занятие 15. Маркетинговые технологии в индустрии гостеприимства	-	-
16	Практическое занятие 16. Формирование коммуникационной политики в гостиничной индустрии	-	-
17	Практическое занятие 17. Особенности маркетинга отдельных сегментов индустрии гостеприимства	-	-
18	Практическое занятие 18. Интерактивный маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства	-	-
Итого за 5 семестр		3	-
Итого		3	-

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
УК-2	5 семестр				
ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ПК-12	Самостоятельное изучение литературы по темам № 1, 7	Собеседование	47,14875	0,47625	47,625
ИД-2 ПК-4 ИД-2 ОПК-4	Подготовка к практическим занятиям по темам № 1, 7	Собеседование	47,14875	0,47625	47,625
Итого за 5 семестр			94,2975	0,9525	95,25
Итого			24,3	2,7	27

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

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

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Маркетинг гостиничного предприятия» 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.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён 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:

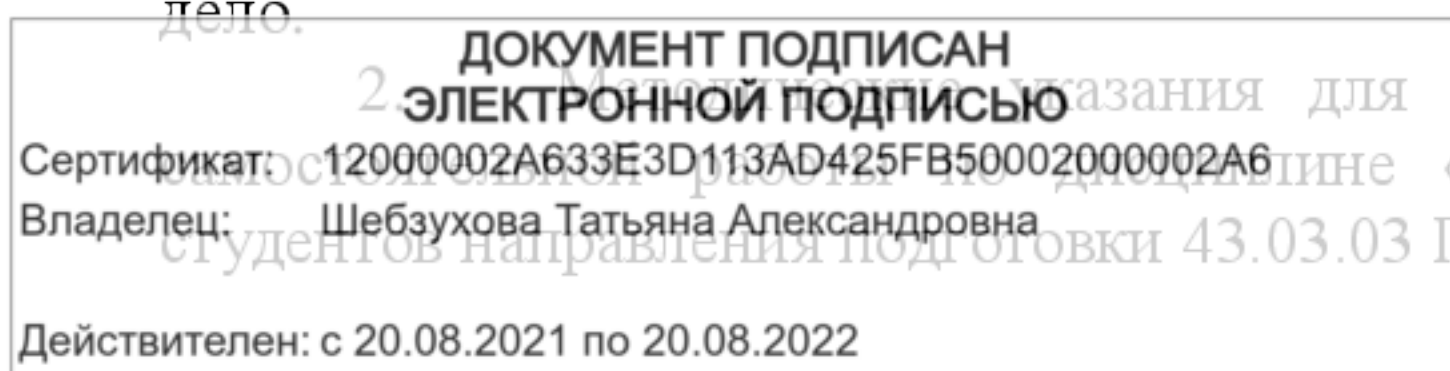
1. Семенова Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Л.В. Семенова, С.В. Корнеевец, И.И. Драгилева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 205 с. — 978-5-394-02545-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75217.html> ЭБС

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Европейский гостиничный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон.текстовые данные.— М.: Финансы и статистика, 2014.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18801>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Организация продаж гостиничного продукта [Электронный ресурс]: учебное пособие для ССУЗов/ Л.В. Семенова [и др.].— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 85 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44183>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

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

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Маркетинг гостиничного предприятия» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.



2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению «Маркетинг гостиничного предприятия» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО « Анти Плагиат».

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

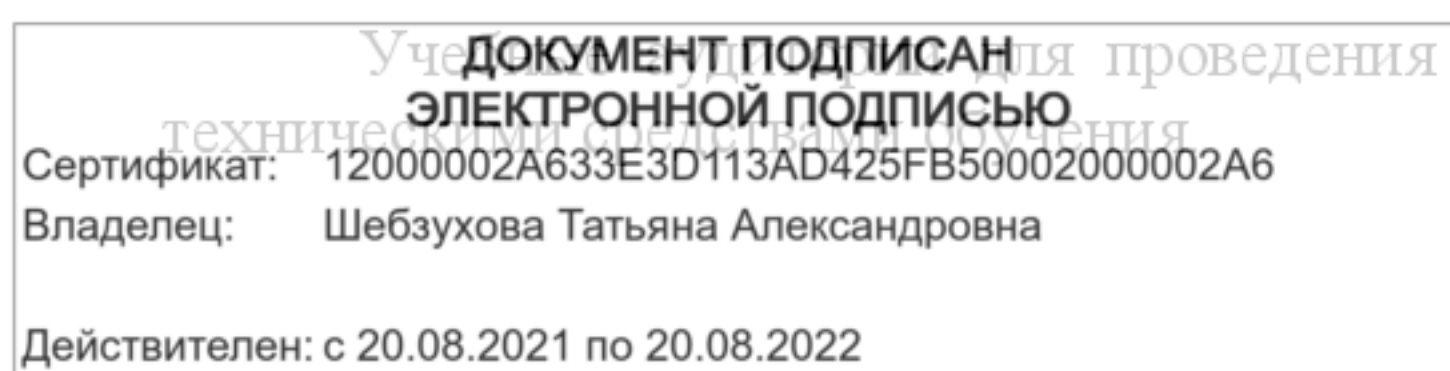
При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационно-справочные и 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



учебных занятий, оснащены оборудованием и

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 здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

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