

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Алексеевич

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 04.06.2026 12:03:14

Уникальный программный ключ:

1c378726a41fd0143ae5bccc8ba81860b00daa62

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по учебной работе
Пятигорского института (филиал) СКФУ,
канд. экон. наук, доцент
Н.В. Данченко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Направление подготовки	43.03.03 Гостиничное дело	
Направленность (профиль)	Управление гостиничным и санаторно-курортным бизнесом	
Год начала обучения	2026	
Форма обучения	очная	заочная
Реализуется в семестре	5	5

Разработано

Доцент кафедры туризма и
гостиничного дела, канд. ист. наук,
доцент
Климова Н.Ю.

Пятигорск, 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

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.

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
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	ИД-1 УК-2. Формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определяет ожидаемые результаты решения задач	Проектирует, разрабатывает и реализует проекты, направленные на развитие организаций сферы гостеприимства
ОПК-4. Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ИД-2 ОПК-4 Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий ИД-3 ОПК-4 Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет	Осуществляет деятельность гостиничного предприятия
ПК-4. Способен осуществлять продвижение и продажу гостиничного продукта	ИД-2 ПК-4 Организует продвижение услуг организаций индустрии гостеприимства	Осуществляет продвижение и продажу гостиничного продукта
ПК-12. Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	ИД-2 ПК-12 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: всего: 4 з.е. 144 акад.ч.	ОФО, в акад. часах	ЗФО, в акад. часах
Контактная работа:	72	8
Лекции/из них практическая подготовка	36	4
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	-	-
Практических занятий/из них практическая подготовка	36	4
Самостоятельная работа	36	127
Формы контроля		
Экзамен	36	9

* 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

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма				заочная форма				Форма текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
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.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	2	-	-	8	Собеседование, тест
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.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	2	-	8	Собеседование, тест
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.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование, тест
4.	Тема 4. Маркетинговые исследования	УК-2 ИД-1	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование,

	конкурентов Конкурентная среда гостиничного предприятия. Элементы анализа конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.	ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2									тест
5.	Тема 5. Маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг Факторы, оказывающие влияние на потребителей гостиничных услуг. Мотивы поведения потребителей. Характеристика процесса принятия решения о приобретении гостиничных услуг	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-		-	8	Собеседование, тест
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.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование, тест
7.	Тема 7. Основные понятия маркетинговых стратегий. Виды маркетинговых стратегий. Глобальные маркетинговые стратегии. Базовые стратегии. Конкурентные стратегии.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование, тест
8.	Тема 8. Ценовая политика гостиничного предприятия. Процесс разработки ценовой политики гостиничного предприятия. Методы ценообразования. Ценовые стратегии гостиничного предприятия.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование, тест
9.	Тема 9. Разработка сбытовой политики гостиничного предприятия. Каналы сбыта гостиничного продукта. Выбор посредников при распределении в гостиничной индустрии. Уровень канала распределения.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование, тест
10.	Тема 10. Коммуникационная политика предприятия. Основное содержание коммуникационной политики организации. Комплекс коммуникаций. Этапы разработки коммуникационной программы.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование, тест

11.	Тема 11. Контроль маркетинга гостиничного предприятия. Система контроля маркетинга. Цель аудита маркетинга. Принцип аудита маркетинга. Уровни контроля маркетинговой деятельности.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование, тест
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.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование, тест
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.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование, тест
14.	Тема 14. Маркетинговые мероприятия по продвижению гостиничного продукта Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций. Пропаганда в комплексе маркетинговых коммуникаций. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	8	Собеседование, тест
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.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	2	-	8	Собеседование, тест
16.	Тема 16. Формирование коммуникационной политики в гостиничной индустрии	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	2	-	-	3	Собеседование, тест

	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.	ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2									
17.	Тема 17. Особенности маркетинга отдельных сегментов индустрии гостеприимства Формирование отношений с клиентами в гостиничной индустрии. Особенности маркетинга гостиничных предприятий.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	2	Собеседование, тест
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.	УК-2 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД -3 ОПК-2 ИД-2 ПК-12 ИД-2	2	2	-	2	-	-	-	2	Собеседование, тест
	ИТОГО за 5 семестр		36	36	-	36	4	4	-	127	
	ИТОГО		36	36	-	36	4	4	-	127	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. 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 оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

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 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 по выполнению практических работ по дисциплине «Маркетинг гостиничного предприятия» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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

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

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 презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	http://biblioclub.ru - ЭБС «Университетская библиотека ОНЛАЙН»
2	http://www.iprbookshop.ru - ЭБС IPRbooks

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

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

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

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, прочитать 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, прочитать 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.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН «О направлении методических рекомендаций»).

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (**МТС-Линк**), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.