

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный педагогический университет»
(ФГБОУ ВО «АлтГПУ»)

УТВЕРЖДАЮ
проректор по образовательной
деятельности

_____ С.П. Волохов

Бренд-менеджмент в туриндустрии рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Историко-культурного наследия и туризма**

Учебный план zУТО43.04.02_2023.plx
43.04.02 Туризм

Квалификация **Магистр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	72	Виды контроля на курсах:
в том числе:		зачеты 2
аудиторные занятия	14	
самостоятельная работа	52	
часов на контроль	4	

Программу составил(и):

к.э.н., старший преподаватель, Копытский Валерий Иванович _____

Рабочая программа дисциплины

Бренд-менеджмент в туриндустрии

разработана на основании ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 15.06.2017 г. № 556)

составлена на основании учебного плана 43.04.02 Туризм (Уровень: магистратура; квалификация: магистр), утвержденного Учёным советом ФГБОУ ВО «АлтГПУ» от 24.04.2023, протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Историко-культурного наследия и туризма

Протокол № 8 от 17.03.2023 20:00:00 г.

Срок действия программы: 20232025 уч.г.

Зав. кафедрой Контев Аркадий Васильевич

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Вид занятий				
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Контроль самостоятельной работы	2	2	2	2
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	52	52	52	52
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

1.1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1.1	формирование у магистрантов системы знаний и представлений о туризме и туристском брендинге как о сложной социально-экономической системе, о методах и стратегиях применения современных научных концепций при развитии брендинга территорий.

1.2. ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.2.1	формирование целостного представления о стратегиях развития туризма, о нормативно-правовой базе туризма;
1.2.2	формирование представления о брендинге и бренд-менеджменте в туристской индустрии;
1.2.3	развитие умений и навыков находить, анализировать и обрабатывать необходимую информацию (в том числе научно-техническую) в области туристской деятельности;
1.2.4	развитие профессиональных навыков; формирование необходимых компетенции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Стратегическое моделирование развития регионального туризма
2.1.2	Туристский маркетинг
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Стратегическое и программно-целевое управление в туризме
2.2.2	Производственная практика (организационно-управленческая практика)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-4.1: Умеет проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	виды организационно-управленческих инноваций;
3.2	Уметь:
3.2.1	осуществлять научно-аналитическое обоснование выбора организационно-управленческих решений для их применения на предприятиях сферы туризма;
3.3	Владеть:
3.3.1	методами и алгоритмами выбора и внедрения организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Понятие бренда и сущность брендинга				
1.1	Брендинг, торговый знак, торговая марка. /Лек/	2	2	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
1.2	Брендинг, торговый знак, торговая марка. /Ср/	2	10	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
1.3	Классификация брендов /Пр/	2	2	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
1.4	Классификация брендов /Ср/	2	10	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
	Раздел 2. Стратегический бренд-менеджмент				
2.1	Структура корпоративно-го портфеля: архитектура брендов /Ср/	2	6	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
2.2	Структура корпоративно-го портфеля: архитектура брендов /Ср/	2	10	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
	Раздел 3. Сущность и значение брендинга и брендинга-туристских территорий				

3.1	Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий. /Лек/	2	2	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
3.2	Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий. /Пр/	2	2	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
3.3	Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий. /Ср/	2	5	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
3.4	Брендинг тер-риторий как путь и фактор роста депрес-сивных регионов. /Пр/	2	2	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
3.5	Брендинг тер-риторий как путь и фактор роста депрес-сивных регионов. /Ср/	2	11	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
3.6	Значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты. /Лек/	2	2	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
3.7	Значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты. /Пр/	2	2	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2
Раздел 4. Зачет					
4.1	Зачет /Зачёт/	2	4	ПК-4.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Перечень индикаторов достижения компетенций, форм контроля и оценочных средств

ИПК-4.1 Умеет проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма

Формы контроля и оценочные средства:

Вопросы для устного опроса (в рамках практического занятия)

Тематика докладов, сообщений

Примерные вопросы для самопроверки (самоконтроля)

Тестовые задания

Вопросы к зачёту

Портфолио

5.2. Технологическая карта достижения индикаторов

Вид работы - Контрольные материалы - Баллы

Лекционные занятия - Примерные вопросы для самопроверки - 10 балл.

Практические занятия - Вопросы для устного опроса, Тематика докладов, сообщений, Тестовые задания - 70 балл.

Зачёт - Вопросы к зачёту - 20 балл.

Итого - 100 балл.

5.3. Формы контроля и оценочные средства

Вопросы по темам практических занятий:

Тема 1. Понятие бренда и сущность брендинга

1. Брендинг, торговый знак, торговая марка – сходство и различие.

2. Бренд как последовательный набор функциональных, эмоциональных и технологических обещаний целевому потребителю.

3. Уникальность и значимость брендовых товаров и услуг.

4. Классификация брендов по предметной направленности, территориальному охвату, сфере применения, по принадлежности, по иерархии в структуре портфеля.

Тема 2. Сущность и значение брендинга и брендинга туристских территорий

1. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий. Глобальные предпосылки возникновения брендинга туристских территорий.

2. Сущность маркетинга и брендинга территорий. Маркетинг территорий в России и туризм.

3. Бренды в конкурентной борьбе туристских регионов за привлечение внешних ресурсов.

4. Методы построения успешных туристских брендов. Удачная идея для бренда как фактор оживления экономики региона.

5. Значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты.

6. Региональный туристский бренд и отношения с федеральными властями.

7. Удачный бренд и социальная стабильность в регионе.

8. Бренд как стратегический план развития территории и развития рынка туризма.

Примерные вопросы для самоконтроля:

1. Международный туристский рынок.
2. Современные процессы транснационализации и глобализации туризме.
3. Законодательная и нормативная база развития туризма в РФ.
4. Структура корпоративного портфеля: архитектура брендов.
5. Создание архитектуры брендов: определение роли каждого бренда внутри портфеля; определение роли каждого бренда в контексте «продукт-рынок»; структура портфеля; графическое и вербальное воплощение архитектуры.
6. Стратегии развития бренда.
7. Характеристика двух основных стратегий развития бренда: Brandextension – растяжение бренда и Brandexpansion – расширение бренда.

3.3. Примерные практические задания:

1. Составьте перечень основных маркетинговых коммуникаций, которые, на ваш взгляд, необходимы для брендинга города (Барнаул, Бийск) (логотип, сайт, и другое).
2. Наличие собственного электронного портала у города неотъемлемая часть его брендинга. Изучите существующий портал нашего города и составьте список изменений, которые бы вы внесли.
3. Выберите любой регион России и оцените степень эффективности брендинга его территории для инвесторов. Какие сильные и слабые стороны вы находите.
4. Подумайте, что дает населению брендинг территории их города/региона.
5. Перечислите все возможные каналы получения горожанами информации об имидже их города. Каково влияние имиджа города на жизнь и благополучие горожан. Приведите примеры.
6. Представьте, что Вам предстоит участвовать в разработке проекта «Барнаул – туристический центр края». Что бы Вы предложили сделать, прежде всего, чтобы превратить ваш город в центр туризма?
7. Курортный брендинг (развитие тематических ниш). В Алтайском крае уже существует бренд. Это город-курорт Федерального значения Белокуриха. Подумайте, чем может стать привлекательным этот курорт для молодежи? На чем сделать акцент в брендинге курорта, чтобы привлечь такую возрастную группу? Приведите примеры

Портфолио:

- участие в научно-практических конференциях по прикладным проблемам развития туризма, организации туристических услуг и управлению туристскими организациями

Вопросы к зачету:

1. Брендинг, торговый знак, торговая марка – сходство и различие
2. Бренд как последовательный набор функциональных, эмоциональных и технологических обещаний целевому потребителю.
3. Уникальность и значимость брендовых товаров и услуг.
4. Классификация брендов по предметной направленности, территориальному охвату, сфере применения, по принадлежности, по иерархии в структуре портфеля.
5. Структура корпоративного портфеля: архитектура брендов.
6. Создание архитектуры брендов: определение роли каждого бренда внутри портфеля; определение роли каждого бренда в контексте «продукт-рынок»; структура портфеля; графическое и вербальное воплощение архитектуры.
7. Стратегии развития бренда.
8. Характеристика двух основных стратегий развития бренда: Brandextension – растяжение бренда и Brandexpansion – расширение бренда.
9. Продвижение бренда на рынок. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий.
10. Глобальные предпосылки возникновения брендинга туристских территорий.
11. Сущность маркетинга и брендинга территорий.
12. Маркетинг территорий в России и туризм.
13. Бренды в конкурентной борьбе туристских регионов за привлечение внешних ресурсов.
14. Методы построения успешных туристских брендов. Удачная идея для бренда как фактор оживления экономики региона.
15. Значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты.
16. Региональный туристский бренд и отношения с федеральными властями.
17. Удачный бренд и социальная стабильность в регионе.
18. Бренд как стратегический план развития территории и развития рынка туризма

5.4. Оценка результатов обучения в соответствии с индикаторами достижения компетенций

ИПК-4.1 Умеет проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма

Не зачтено (0-49 баллов): не достигнут

Зачтено. Пороговый уровень (50-69 баллов): студент не в полной мере знает виды управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма, научные методы исследования при проведении экспертизы организационно-управленческих инноваций, планируемых к применению на предприятиях сферы туризма;

Зачтено. Базовый уровень (70-84 баллов): студент в целом знает виды управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма, научные методы исследования при проведении экспертизы организационно-управленческих инноваций, планируемых к применению на предприятиях сферы туризма.

Зачтено. Высокий уровень (85-100 баллов): студент на высоком уровне способен продемонстрировать знание виды управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма, научные методы исследования при проведении экспертизы организационно-управленческих инноваций.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Издание	Экз.
Л1.1	Н. Н. Гировка, Е. С. Крашенинникова, С. В. Норенков	Туристское дело в России: фирменный стиль и бренд: учебное пособие — Нижний Новгород : Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2016 — URL: http://www.iprbookshop.ru/80844.html	9999
Л1.2	И. В. Groшев, А. А. Краснослободцев	Системный бренд-менеджмент: учебник — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — URL: http://www.iprbookshop.ru/71225.html	9999

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Издание	Экз.
Л2.1	О. В. Бондарская, Т. А. Бондарская, Р. Г. Гучетль, Г. Л. Попова	Формирование бренда предприятия: учебное пособие — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017 — URL: http://www.iprbookshop.ru/85983.html	9999
Л2.2	Л. Де Чернатони, М. МакДональд	Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — URL: http://www.iprbookshop.ru/71210.html	9999

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Пакет Microsoft Office
6.3.1.2	Пакет LibreOffice
6.3.1.3	Пакет OpenOffice.org
6.3.1.4	Операционная система семейства Windows
6.3.1.5	Операционная система семейства Linux
6.3.1.6	Интернет браузер
6.3.1.7	Программа для просмотра электронных документов формата pdf, djvu
6.3.1.8	Медиа проигрыватель
6.3.1.9	Программа 7zip
6.3.1.10	Пакет Kaspersky Endpoint Security 10 for Windows
6.3.1.11	Редактор изображений Gimp
6.3.1.12	Редактор изображений Inkscape
6.3.1.13	CorelDraw Graphics Suite X4
6.3.1.14	Labview education edition
6.3.1.15	ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина
6.3.2.2	Сетевая электронная библиотека педагогических вузов // Электронно-библиотечная система Лань / Издательство Лань

6.3.2.3	Национальная электронная библиотека : федеральная государственная информационная система / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека
6.3.2.4	Межрегиональная аналитическая роспись статей : поиск статей в российской периодике (МАРС) / АРБИКОН
6.3.2.5	МЭБ. Межвузовская электронная библиотека / Новосибирский государственный педагогический университет
6.3.2.6	Электронная библиотека НПБ / Алтайский государственный педагогический университет, Научно-педагогическая библиотека
6.3.2.7	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека
6.3.2.8	Цифровой образовательный ресурс IPR Smart / Ай Пи Ар Медиа
6.3.2.9	Гарант: информационное-правовое обеспечение

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.
7.2	Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.
7.3	Аудио, -видеоаппаратура.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Лекции. Основу теоретического обучения студентов по дисциплине составляют лекции. Они представляют студентам систематизированные знания о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их познавательной деятельности, творческого мышления, формированию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся с использованием презентационных материалов и обсуждением проблемных, узловых, методологически значимых вопросов. Для лучшего усвоения материала студентам необходимо вести конспект. В случае возникновения вопросов в ходе лекции их следует задать преподавателю в установленном порядке (по ходу изложения материала, либо в конце лекции), либо пометить в конспекте и разобраться в процессе самостоятельной работы.

Лекция является первым шагом подготовки обучающихся к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение. Обучающиеся должны всегда видеть ведущую идею курса и ее связь с практикой

Практические и семинарские занятия относятся к основным видам учебных занятий. Выполнение обучающимися практических и семинарских заданий направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление полученных практических знаний по конкретным темам;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализацию единства интеллектуальной и практической деятельности;
- развитие личностных качеств, направленных на устойчивое стремление к самосовершенствованию: самопознанию, самоконтролю, самооценке, саморазвитию и само-регуляции;
- развитие интеллектуальных умений у будущих специалистов;
- выработку таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

Содержание практических и семинарских заданий определяется в рабочей программе дисциплины и фонде оценочных средств. Практические и семинарские занятия проводятся под руководством преподавателя, который заблаговременно подготавливает всю необходимую учебно-методическую документацию для их проведения и контроля.

Практические занятия, включенные в изучение дисциплины, направлены на формирование у обучающихся практических умений, развитие навыков командной работы, коммуникативной компетентности, а также понимания теории и практики образовательного процесса в общеобразовательной школе, как основы для реализации гуманитарных технологий в образовательной сфере.

Семинарское занятие - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его.

В зависимости от поставленных задач практические занятия и семинары могут проводиться традиционными технологиями или с использованием новых образовательных технологий.

В традиционных технологиях на практических занятиях проводятся последовательное решение задач или выполнение упражнений с применением ранее изученного теоретического материала. В новых образовательных технологиях доминируют игровые процедуры, используются принципы моделирования, предусматривается интенсивное межличностное общение, реализуются принципы партнерства, педагог превращается из информатора в модератора. Семинары могут проходить в виде выступлений студентов с докладами, рефератами и их обсуждением; интеллектуального и коммуникативного тренинга, деловых игр, ролевых игр, мировоззренческих марафонов, ток-шоу, дидактических игр, конкретных профессиональных ситуаций и других формах.

Разные формы проведения практических занятий способствуют тому, что находясь в процессе поиска ответов на поставленные вопросы, студенты формируют собственную культуру мышления и действий. Они развивают критичность мышления, создают продукт собственного творчества, формируют независимость личности, способность самостоятельно

реагировать на нестандартные ситуации, возникающие в процессе взаимо-действия. Коллективный характер работы на семинаре придает большую уверенность обучающегося, способствует развитию между ними продуктивных деловых взаимоотношений.

Практические задания могут носить:

Репродуктивный характер: в этом случае при их выполнении студенты пользуются подробными инструкциями, в которых указаны: цель работы, пояснения (теория, основные характеристики), оборудование, материалы и их характеристики, порядок выполнения работы, таблицы, выводы (без формулировки), контрольные вопросы, учебная и специальная литература.

Частично-поисковый характер: эти работы отличаются тем, что студенты не пользуются подробными инструкциями, им не дан порядок выполнения необходимых действий. Они должны самостоятельно выбрать необходимое оборудование, способы выполнения работы по материалам инструктивной, справочной и другой литературы;

Поисковый характер: такие работы характеризуются тем, что студенты должны решить новую для них проблему, опираясь на имеющиеся теоретические знания.

На практических и семинарских занятиях могут применяться следующие формы работы:

Фронтальная - все студенты выполняют одну и ту же работу;

Групповая - одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек;

Индивидуальная - каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Готовясь к семинару, студенты должны: познакомиться с рекомендованной литературой; рассмотреть различные точки зрения по рассматриваемому вопросу; выделить проблемные области; сформулировать собственную точку зрения; предусмотреть спорные моменты и сформулировать дискуссионные вопросы, а также подготовить доклад и презентацию, если такое задание предусмотрено.

Начинать подготовку надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его наиболее важная и сложная часть, требующая пояснений преподавателя в процессе контактной работы со студентами. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, разобраться в иллюстративном материале, задачах. Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам и структурировать изученный материал. Целесообразно готовиться к семинарским занятиям заранее (оптимально за неделю до их начала). На основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Важнейшие требования к выступлениям обучающихся - самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения и в то же время не быть слишком «специализированными».

Выступление обучающегося должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная работа студента. Самостоятельная работа - способ активного, целенаправленного приобретения магистрантом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процессе преподавателя. Самостоятельная работа является основной формой самообразования обучающегося.

Для успешного освоения дисциплины студенту необходимо выполнение различных видов самостоятельной работы.

К основным видам самостоятельной работы относятся:

- репродуктивная самостоятельная работа: самостоятельное прочтение, просмотр, конспектирование учебной литературы, Интернет-ресурсов, повторение учебного материала и др.;

- познавательно-поисковая самостоятельная работа: подготовка сообщений, докладов, выступлений на семинарских и практических занятиях, подбор литературы по дисциплинарным проблемам, написание рефератов, контрольных, курсовых работ и др.;

- творческая самостоятельная работа: написание рефератов, научных статей, эссе, участие в научно-исследовательской работе, в студенческих научных конференциях, учебное проектирование, выполнение специальных заданий и др.

Самостоятельная работа с основной литературой (учебником). При работе с учебником необходимо научиться правильно его читать, вести записи. Важно помнить, что рациональные навыки чтения - это всегда большая экономия времени и сил.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, конспектируя все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного рассмотрения).

Методические рекомендации для обучающихся (с ОБЗ)

Под специальными условиями для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. Построение образовательного

процесса ориентировано на учет индивидуальных возрастных, психофизических особенностей обучающихся, в частности предполагается возможность разработки индивидуальных учебных планов. Реализация индивидуальных учебных планов сопровождается поддержкой тьютора (родителя, взявшего на себя тьюторские функции в процессе обучения, волонтера). Обучающиеся с ОВЗ, как и все остальные студенты, могут обучаться по индивидуаль-ному учебному плану в установленные сроки с учетом индивидуальных особенностей и специальных образовательных потребностей конкретного обучающегося. При со-ставлении индивидуального графика обучения для лиц с ОВЗ возможны различные варианты проведения занятий: проведение индивидуальных или групповых занятий с целью устранения сложностей в усвоении лекционного материала, подготовке к семи-нарским занятиям, выполнению заданий по самостоятельной работе. Для лиц с ОВЗ, по их просьбе, могут быть адаптированы как сами задания, так и формы их выполне-ния. Выполнение под руководством преподавателя индивидуального проектного зада-ния, позволяющего сочетать теоретические знания и практические навыки; приме-ние мультимедийных технологий в процессе ознакомительных лекций и семинарских занятий, что позволяет экономить время, затрачиваемое на изложение необходимого материала и увеличить его объем. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации преподавателя, в соответствии с потребностями студента, отмеченными в анкете, и рекомендациями специалистов дефектологического профиля, разрабатывает фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной обра-зовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех ком-петенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения текущей атте-стации для студентов с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизиче-ских особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). Лицам с ОВЗ может быть предоставлено дополнительное время для подготовки к ответу на экзамене, выполнения задания для самостоятельной рабо-ты. При необходимости студент с ограниченными возможностями здоровья подает письменное заявление о создании для него специальных условий в Учебно-методическое управление Университета с приложением копий документов, подтверждающих статус инвалида или лица с ОВЗ.