

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и  
методической работе

/Шубаева В.Г./

« 17 » 06 20 19 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ»**

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) программы	Организация и управление в индустрии туризма
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составители:

к.э.н., доцент Воловода А.В.

Санкт-Петербург  
2019

## СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	4
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	5
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА .....	7
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ .....	7
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины ...	7
7.2. Организация самостоятельной работы .....	7
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	9
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	10
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины ....	10
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса.....	11
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....	12
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	13

## **АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Наименование дисциплины	Продвижение туристской дестинации
<b>Цель дисциплины</b>	<b>Цель дисциплины:</b> ознакомить студентов с основными категориями, понятиями и принципами организации продвижения туристского продукта дестинации на рынок, с принципами государственного регулирования рекламной деятельности в туризме, с основными маркетинговыми принципами и инструментарием, применяемым в рекламировании туристских услуг, методическими основами создания рекламной продукции для предприятий туристской индустрии и регионов в целом.
<b>Планируемые результаты обучения</b>	<p><b>ПК-10.1.</b> Осуществляет проведение мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта.</p> <p>Знать: теоретические и практические аспекты разработки стратегии продвижения и реализации туристского продукта дестинации, в т.ч. через туристско-информационные центры.</p> <p>Уметь: разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта дестинации, обосновывать управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта дестинации с использованием информационных и коммуникативных технологий. Уметь: обосновывать выбор каналов и методов продвижения и реализации с помощью информационных и коммуникационных технологий туристского продукта дестинации в целом, так и через туристско-информационные центры.</p> <p><b>ПК-10.2.</b> Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения и реализации туристского продукта.</p> <p>Знать: методы расчета и анализа затрат на продвижение и реализацию туристского продукта дестинации, теоретические аспекты оценки эффективности мероприятий продвижения и реализации туристского продукта дестинации.</p> <p>Уметь: проводить оценку эффективности мероприятий продвижения и реализации туристского продукта дестинации с использованием информационных и коммуникационных технологий. Уметь: обосновывать дифференциацию состава, структуры, функций и технологий продвижения и реализации регионального туристского продукта и туристских услуг в соответствии с функциональным типом туристско-информационных центров.</p>
<b>Тематическая направленность дисциплины</b>	<p>Тема 1.1 Понятие маркетинга дестинации.</p> <p>Тема 1.2. Общие методические положения создания рекламы на национальном уровне</p> <p>Тема 1.3. Средства рекламы и средства PR для продвижения дестинации на национальном уровне</p> <p>Тема 2.1. Брендинг.</p> <p>Тема 2.2. Продвижение дестинации в социальных сетях.</p>
<b>Кафедра</b>	Экономики и управления в сфере услуг

## 1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины:** ознакомить студентов с основными категориями, понятиями и принципами организации продвижения туристского продукта дестинации на рынок, с принципами государственного регулирования рекламной деятельности в туризме, с основными маркетинговыми принципами и инструментарием, применяемым в рекламировании туристских услуг, методическими основами создания рекламной продукции для предприятий туристской индустрии и регионов в целом.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ «Продвижение туристской дестинации» относится к элективным дисциплинам Блока 1.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
<b>ПК-10.</b> Способен к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий	<b>ПК-10.1.</b> Осуществляет проведение мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта.	Знать: теоретические и практические аспекты разработки стратегии продвижения и реализации туристского продукта дестинации, в т.ч. через туристско-информационные центры. Уметь: разрабатывать и проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта дестинации, обосновывать управленческие решения, связанные с продвижением туристского продукта дестинации с использованием информационных и коммуникативных технологий. Уметь: обосновывать выбор каналов и методов продвижения и реализации с помощью информационных и коммуникационных технологий туристского продукта дестинации в целом, так и через туристско-информационные центры.
	<b>ПК-10.2.</b> Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения и реализации туристского продукта.	Знать: методы расчета и анализа затрат на продвижение и реализацию туристского продукта дестинации, теоретические аспекты оценки эффективности мероприятий продвижения и реализации туристского продукта дестинации. Уметь: проводить оценку эффективности мероприятий продвижения и реализации туристского продукта дестинации с использованием информационных и коммуникационных технологий. Уметь: обосновывать дифференциацию состава, структуры, функций и технологий продвижения и реализации регионального туристского продукта и туристских услуг в соответствии с функциональным типом туристско-информационных центров.

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации: *зачет – 7 семестр.*

Распределение фонда времени по темам дисциплины представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем <i>и/или разделов/тем</i>	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>РАЗДЕЛ 1. Основы маркетинга дестинации</i>	2	2	-	14
Тема 1.1 Понятие маркетинга дестинации.				

Тема 1.2. Общие методические положения создания рекламы на национальном уровне	4	4	-	15
Тема 1.3. Средства рекламы и средства PR для продвижения дестинации на национальном уровне	4	2	-	15
<i>РАЗДЕЛ 2. Особенности продвижения туристской дестинации</i>	4	4	-	15
Тема 2.1. Брендинг.				
Тема 2.2. Продвижение дестинации в социальных сетях.	4	4	-	15
<i>Всего за семестр:</i>	18	16	-	74
<b>Всего по дисциплине:</b>	18	16	-	74

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

## 5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### *РАЗДЕЛ 1. Основы маркетинга дестинации*

#### **Тема 1.1 Понятие маркетинга дестинации.**

Понятие дестинации и курорта. Классификация дестинаций. Жизненный цикл дестинации. Модель жизненного цикла Батлера. Понятие маркетинга дестинации..

#### **Тема 1.2 Общие методические положения создания рекламы на национальном уровне**

Стратегии маркетинга территорий. Общие методические положения создания рекламы на национальном уровне. **Анализ научно-исследовательской информации для продвижения туристского продукта дестинации.**

**Тема 1.3. Средства рекламы и средства PR для продвижения дестинации на национальном уровне.** Понятие национального туристского продукта. **Особенности продвижения туристского продукта дестинации.** Средства распространения рекламы и средства публичных отношений для продвижения дестинации на национальном уровне. Разработка рекламного бюджета дестинации.

### *РАЗДЕЛ 2. Особенности продвижения дестинации*

#### **Тема 2.1. Брендинг.**

Классификация средств распространения рекламы. **Выбор каналов и методов продвижения туристского продукта дестинации.** Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта.

#### **Тема 2.2. Продвижение дестинации в социальных сетях.**

Особенности продвижения дестинации в социальных сетях. Создание сайтов. Управление имиджем дестинации.

## 6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия

№	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное
---	--------------	-------------------------

темы		средство
1	2	3
1.1	Основные понятия и категории маркетинга дестинации.	СЗ: дискуссия
1.2	Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта на национальном уровне.	СЗ: дискуссия
1.3	Планирование рекламной кампании для продвижения дестинации.	СЗ дискуссия
2.1	Разработка рекламного продукта дестинации, Особенности продвижения дестинации в социальных сетях.	ПЗ: индивидуальное задание (информационно-аналитическая работа)
2.2	Использование новых информационных технологий при продвижении туристских дестинаций	ПЗ: индивидуальное задание (информационно-аналитическая работа)

\* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### 7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса, обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся;
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не



удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

## 7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
1.	чтение и составление конспектов текстов источников; подготовка к коллоквиуму сбор, анализ и обработка информации для решения индивидуального задания по выбранному туристскому проекту, подготовка отчетной презентации
2	чтение и составление конспектов текстов источников; подготовка к докладу, сбор, анализ и обработка информации для решения индивидуального задания по выбранному туристскому проекту, подготовка отчетной презентации
3	чтение и составление конспектов текстов источников; подготовка к докладу, сбор, анализ и обработка информации для решения индивидуального задания по выбранному туристскому проекту, подготовка отчетной презентации
4	чтение и составление конспектов текстов источников; подготовка к докладу, сбор, анализ и обработка информации для решения индивидуального задания по выбранному туристскому проекту, подготовка отчетной презентации
5	сбор, анализ и обработка информации для решения индивидуального задания по выбранному туристскому проекту, подготовка отчетной презентации

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

## 8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках реализации дисциплины «Продвижение туристской дестинации» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- лекция-дискуссия (тема №2.1, 2.2);
- индивидуальное задание на основе метода проектов (тема №2.1, 2.2).

**Дискуссия** – это взаимодействие преподавателя и студентов, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу.

- Это оживляет учебный процесс, активизирует познавательную деятельность аудитории и, что очень важно, позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых студентов. Эффект достигается только при правильном подборе вопросов для дискуссии и умелом, целенаправленном управлении ею.

- Так же можно предложить студентам проанализировать и обсудить конкретные ситуации, материал. По ходу лекции-дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает студентам коротко обсудить, затем краткий анализ, выводы и лекция продолжается.

- Выбор вопросов для активизации слушателей и темы для обсуждения, составляется самим преподавателем в зависимости от конкретных дидактических задач, которые преподаватель ставит перед собой для данной аудитории

- Дискуссия будет использована в следующих темах:

Тема 1.1. Основные понятия и категории маркетинга дестинации.

Тема 1.2. Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта на национальном уровне.

Тема 1.3. Планирование рекламной кампании для продвижения дестинации

Тема 2.2. Особенности продвижения дестинации в социальных сетях.

**Индивидуальное задание на основе метода проектов.** Метод проектов - способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы, которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом. В основу метода проектов положена идея, составляющая суть понятия "проект", его прагматическая направленность на результат, который можно получить при решении той или иной практически или теоретически значимой проблемы. Этот результат можно увидеть, осмыслить, применить в реальной практической деятельности. Чтобы добиться такого результата, необходимо научить детей или взрослых студентов самостоятельно мыслить, находить и решать проблемы, привлекая для этой цели знания из разных областей, умения прогнозировать результаты и возможные последствия разных

вариантов решения, умения устанавливать причинно-следственные связи.

Индивидуальное задание на основе метода проектов будут использованы в следующих темах курса:

Тема 2.1. Брендинг.

Тема 2.2. Продвижение дестинации в социальных сетях.

## 9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
1. Дурович А.П. Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович .— 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2014 .— 156 с.	основная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
2. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с. (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-009967-5. - Текст : электронный.	основная	-	<a href="#">ЭБС ZNANIUM</a>
3. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий : Учебное пособие / Джанджугазова Е. А. — 3-е изд., испр. и доп. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2019 .— 208 с .	основная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
4. Туризм: технологии, экономика, управление : учебник : в 2 частях / под общ. ред. Г.А.Карповой, Л.В.Хоревой. Ч. 1 .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014 .— 276 с. — Сведения доступны также по Интернету: <a href="http://opac.unicon.ru">opac.unicon.ru</a> .	дополнительная	19	<a href="#">ЭБ OPAC.UN ECON.RU</a>
5. Туризм: технологии, экономика, управление : учебник в 2 частях / под общ. ред. Г.А.Карповой, Л.В.Хоревой. Ч. 2 .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014 .— 356 с. — Сведения доступны также по Интернету: <a href="http://opac.unicon.ru">opac.unicon.ru</a> .	дополнительная	19	<a href="#">ЭБ OPAC.UN ECON.RU</a>

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – <a href="http://www.grebennikon.ru">www.grebennikon.ru</a>
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
3	Научная электронная библиотека КиберЛенинка – <a href="http://www.cyberleninka.ru">www.cyberleninka.ru</a>
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – <a href="http://www.oecd-ilibrary.org">www.oecd-ilibrary.org</a>

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
7	Электронная библиотека СПбГЭУ – <a href="http://opac.unecon.ru">opac.unecon.ru</a>

## 9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа занятий семинарского типа групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

Таблица 9.2.2 – Перечень учебных аудиторий для проведения учебных занятий, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения

Наименование учебных аудиторий, перечень оборудования и технических средств обучения	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 402 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных места; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт. Компьютер Intel i3 2100	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А

3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Проектор NEC M350 X - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	
Ауд. 312 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных места; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт.Компьютер Intel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME401X - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А

## 10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные

комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

## **11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины.