

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Дальневосточный государственный университет путей сообщения"
(ДВГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

(к802) Международные коммуникации,
сервис и туризм

Щекина Е.Г., канд.
культурологии, доцент



25.05.2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **Исследования потребительского спроса**

для направления подготовки 43.04.02 Туризм

Составитель(и): к.э.н., доцент, Ковынева Л.В.

Обсуждена на заседании кафедры: (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от 11.05.2022г. № 12

Обсуждена на заседании методической комиссии учебно-структурного подразделения: Протокол от 25.05.2022 г. № 5

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

___ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от ___ 2023 г. № ___
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

___ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от ___ 2024 г. № ___
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

___ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от ___ 2025 г. № ___
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

___ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от ___ 2026 г. № ___
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

Рабочая программа дисциплины Исследования потребительского спроса
разработана в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.01.2000 № 556

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очная**

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах:	
в том числе:		зачёты (семестр)	2
контактная работа	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	15 2/6			
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Контроль самостоятельной работы	4	4	4	4
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Потребительское поведение и потребительский спрос, основные виды спроса, методики изучения потребительского спроса, методы исследования, программа исследования, подготовка и проведение исследования, анализ результатов исследования, факторы, влияющие на потребительское поведение и спрос, состояние потребительского спроса и маркетинговые решения по формированию потребительских предпочтений.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины:	Б1.В.ДВ.02.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Нормативно-правовая база развития сервиса и туризма
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Разработка и реализация проектов
2.2.2	Организационно-управленческая практика
2.2.3	Стратегический менеджмент в туризме и сервисе

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**ПК-2: Способен к разработке и внедрению инновационных технологий в сфере туризма****Знать:**

Приоритетные направления развития туризма в РФ; основы маркетинга и менеджмента; организацию маркетинговой и рекламной деятельности.

Уметь:

Определять перспективные направления деятельности структурного подразделения экскурсионного предприятия. Обеспечивать реализацию проектов в соответствии с утвержденной стратегией развития структурного подразделения экскурсионного предприятия.

Владеть:

Навыками:

- общего руководства основной, административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью экскурсионного подразделения.
- утверждения текущих и перспективных планов работы и контроля их выполнения.
- разработки программ и технологических документов экскурсионных маршрутов.
- выявления и анализа проблем в работе экскурсионного подразделения, рассмотрения замечаний и предложений клиентов, управлению и разрешению конфликтных ситуаций.
- формирования маркетинговой стратегии экскурсионной организации.
- прогнозирования и планирования объемов реализации услуг.
- руководства маркетингом и продажами экскурсионных услуг.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Лекционные занятия						
1.1	Потребительское поведение и потребительский спрос, основные виды спроса. 1. Основные понятия потребительского спроса и его значение для развития экономики 2. Факторы, влияющие на спрос 3. Виды потребительского спроса. 4. Тенденции изменения потребительского спроса на услуги в РФ /Лек/	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.2	<p>Факторы, влияющие на потребительское поведение и спрос, состояние потребительского спроса и маркетинговые решения по формированию потребительских предпочтений.</p> <p>1. Понятие и сущность «покупательского поведения» 2. Факторы, влияющие на покупательское поведение 3. Исследование поведения российских покупателей 4. Исследование потребительского поведения крупных сегментов рынка /Лек/</p>	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.3	<p>Поведение потребителей в сфере сервиса и туризма Вопросы: 1. Поведение потребителя комплексной туристской услуги 2. Поведение потребителя услуги общественного питания 3. Поведения потребителя услуги предприятий гостеприимства 4. Поведение потребителя развлекательных услуг /Лек/</p>	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.4	<p>Методы исследования. 1. Качественные методы в исследовании спроса 2. Количественные методы в исследовании спроса 3. Методика проведения экспертных оценок 4. Исследования на основе отчетов по продажам и отзывам клиентов /Лек/</p>	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.5	<p>Панельный метод исследования потребительского спроса 1. Особенности панельного метода исследования. 2. Виды панельных исследований 3. Данные панельных исследований и их использование в принятии маркетинговых решений 4. Проблемы применения панельных исследований. /Лек/</p>	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.6	<p>Программа исследования, подготовка и проведение исследования спроса. 1. Подготовка и проведение исследования с привлечением маркетинговых агентств. 2. Подготовка и проведение исследования собственными силами 3. Текущий мониторинг удовлетворенности и лояльности клиентов. 4. Вовлечение клиентов в исследования и принятия решений по формированию спроса и реализации услуг. /Лек/</p>	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.7	Анализ результатов исследования 1. Статистический анализ данных исследования 2. Матричный метод оценки 3. Анализ динамики спроса и экстраполяция тренда 4. Представление результатов и форма отчета /Лек/	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.8	Прогнозирование спроса 1. Прогнозирование продаж на основе потребительского поведения. 2. Прогнозирование спроса на основе современных тенденций. Развитие электронной коммерции . Аутсорсинг в продажах. 3. Управление спросом на туристские услуги. 4. Программы лояльности как метод управления спросом. /Лек/	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Раздел 2. Практические занятия							
2.1	Тема: Понятие «потребительского спроса Проанализировать статистику по спросу на сервисные услуги в РФ (или ДВ) докризисный период и период 2014 -2015гг. Определить: А) Потребление каких услуг демонстрирует стабильный рост Б) Потребление каких услуг нестабильно (снижается) В) Факторы, которые в наибольшей степени влияют на изменение спроса (по данным аналитических обзоров) Г) Сформулировать свою аргументированную позицию по прогнозу спроса на отдельные услуги, Форма проведения: по вопросам А и Б - индивидуальные выступления, по вопросам В и Г - групповая дискуссия. /Пр/	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
2.2	Тема: Модель покупательского поведения. Вопросы: 1. Понятие и сущность «покупательского поведения» 2. Факторы, влияющие на покупательское поведение 3. Исследование поведения российских покупателей 4. Исследование потребительского поведения крупных сегментов рынка Форма проведения - семинар /Пр/	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

2.3	<p>Тема: Поведение потребителей в сфере сервиса и туризма</p> <p>Разработка социального портрета и модели поведения потребителя в туристском, ресторанном, гостиничном бизнесе, сфере развлечений.</p> <p>Форма занятия – мелкогрупповая.</p> <p>Каждая группа готовит описание модели потребителя и его поведения на рынке. Портрет должен включать описание демографических, психографических и поведенческих характеристик основного потребителя на конкретном рынке. Поведение рассматривается на стадии:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принятия решения о покупке; - поведение по время покупки; - поведение при потреблении услуги. <p>По окончании работы проводится обсуждение результатов. В ходе обсуждения необходимо выявить схожие и отличительные черты поведения потребителей на различных рынках.</p> <p>/Пр/</p>	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Дискуссия
2.4	<p>Тема: Методы исследования потребительского спроса</p> <p>Обобщить опыт реальных исследований потребительского спроса (по материалам специальной периодической печати или собственного практического опыта)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Качественные методы в исследовании спроса 2. Количественные методы в исследовании спроса 3. Методика проведения экспертных оценок <p>Исследования на основе отчетов по продажам и отзывам клиентов</p> <p>/Пр/</p>	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Дискуссия
2.5	<p>Тема: Панельный метод исследования потребительского спроса</p> <p>При подготовке к занятию необходимо найти опубликованные результаты панельных исследований, проводимых в России за последние 2 года.</p> <p>Материал нужно внимательно изучить и подготовить презентацию в которой отразить методiku, выборку, полученные результаты. Сделать выводы о том, можно ли использовать данные исследования для оценки или прогнозирования спроса в сфере сервиса и туризма.</p> <p>Форма занятий – индивидуальные выступления, групповая дискуссия.</p> <p>/Пр/</p>	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Дискуссия

2.6	Тема Подготовка и проведение исследования спроса. 1. Подготовить техническое задание на один из количественных или качественных методов исследования (бриф) для маркетингового агентства. 2. Подготовить программу собственных исследований потребительского спроса. Форма занятия – проектирование документов /Пр/	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Дискуссия
2.7	Тема: Обработка и анализ результатов исследования Работа с данными исследований. Составление таблиц, расчет аналитических показателей, построение графиков, написание текстовых отчетов. /Пр/	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Дискуссия
2.8	Тема: Прогнозирование спроса Подготовить проект программы по управлению спросом в сфере туризма. Форма занятий – защита проектов /Пр/	2	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	2	Дискуссия
Раздел 3. Самостоятельная работа							
3.1	РАБОТА С ЛИТЕРАТУРНЫМИ И ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКАМИ, ЭЛЕКТРОННЫМИ БИБЛИОТЕКАМИ, ПОДГОТОВКА К ЗАЧЕТУ /Ср/	2	62	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
3.2	ПОДГОТОВКА К ЗАНЯТИЮ, ПРОВОДИМОМУ В ФОРМЕ ДИСКУССИИ /Ср/	2	10	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Размещены в приложении

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Макарова Т. Н.	Поведение потребителей	М. Берлин: Директ-Медиа, 2015, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863
Л1.2	Иган Д.	Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений	Москва: Юнити-Дана, 2015, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710
6.1.2. Перечень дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Акулич И. Л.	Маркетинг взаимоотношений	Минск: Вышэйшая школа, 2010, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=109926

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.2	Драганчук Л. С.	Поведение потребителей: теория и практика	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2011, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363984
Л2.3	Коротков А. В.	Маркетинговые исследования	Москва: Юнити-Дана, 2015, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143

6.1.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Ковынева Л.В.	Экономика туризма: Метод. указания	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2007,

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Электронный каталог НТБ ДВГУПС	http://ntb.festu.khv.ru
Э2	Научная электронная библиотека	http://elibrary.ru
Э3	Федеральная служба государственной статистики	http://www.gks.ru
Э4	Сайт статистики и статистических данных	http://www.e-stat.ru

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

6.3.1 Перечень программного обеспечения

Office Pro Plus 2007 - Пакет офисных программ, лиц.45525415

Windows XP - Операционная система, лиц. 46107380

Free Conference Call (свободная лицензия)

Антивирус Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition - Антивирусная защита, контракт 469 ДВГУПС

Zoom (свободная лицензия)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

Профессиональная база данных, информационно-справочная система КонсультантПлюс - <http://www.consultant.ru>

Профессиональная база данных, информационно-справочная система Техэксперт/Кодекс - <http://www.cntd.ru>

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Аудитория	Назначение	Оснащение
343	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
423	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. зал электронной информации	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
2402	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели: столы, стулья, меловая доска, интерактивная доска
1303	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
3241	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели: столы, стулья, доска, тематические плакаты
3317	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
3322	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.

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

ВИДЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ:

РАБОТА С ЛИТЕРАТУРНЫМИ И INTERNET-ИСТОЧНИКАМИ, ЭЛЕКТРОННЫМИ БИБЛИОТЕКАМИ

В рамках самостоятельной подготовки особое внимание должно быть уделено работе с информационными материалами. Ввиду обилия информации и насыщенности книжного рынка, в ходе самоподготовки возникает необходимость осваивать методику поиска литературы и оценки содержащейся в ней информации. Наиболее традиционными и привычными являются следующие способы поиска информационных материалов: работа с библиографическими изданиями в библиотеках; изучение специальных выпусков отсылок к литературе, систематизированных по отраслям экономики, разделам, либо конкретным проблемам; использование библиотечных каталогов, которые в настоящее время представлены преимущественно в виде компьютерной информации.

Выделяют несколько способов оценки научного текста: во-первых, определение предназначенности работы - полемическая, альтернативная, острокритическая, традиционная; во-вторых, сопоставление даты издания книги или журнала и изменений в экономической, политической, социальной и др. сфере государства, учитывая тенденции развития науки (например, выбирая учебник желателно руководствоваться именно этим способом); в-третьих, сопоставление хотя бы нескольких литературных источников, для того, чтобы в полной мере оценить степень разработанности и изученности рассматриваемого объекта и предмета; в-четвертых, консультирование с ведущим преподавателем по вопросам того или иного издания. Обязательный элемент самостоятельной работы с информационными материалами – подготовка доклада.

ПОДГОТОВКА К ЗАНЯТИЮ, ПРОВОДИМОМУ В ФОРМЕ ДИСКУССИИ

Проведение занятия в форме дискуссии, диспута, круглого стола предполагает коллективное обсуждение какой-либо проблемы с целью установления путей ее достоверного решения. Занятие проводится в форме диалогического общения участников. Оно предполагает высокую умственную активность участников, прививает умение вести полемику, обсуждать материал, защищать взгляды и убеждения, лаконично и ясно излагать свои мысли.

Дискуссия – (лат. discussio — рассмотрение, исследование) — спор, направленный на достижение истины и использующий только корректные приемы убеждения. Дискуссия — одна из важнейших форм коммуникации, метод решения проблем, описания реальности и своеобразный способ познания. Дискуссия позволяет лучше объяснить то, что не является в полной мере ясным и не нашло еще убедительного обоснования.

В ходе такого занятия, как правило, высказываются альтернативные подходы, новые взгляды, ценные предложения. Такое занятие обостряет и углубляет научный интерес, оттачивает мысль, возбуждает эмоции. Имея дело с крупными и важными вопросами, обучающийся оказывается в ситуации, когда необходимо активно проявить умственное усилие, высказать своё мнение, иногда даже определить собственную нравственную позицию. Все это, в конечном счете, позволяет участникам такой формы занятия расти в научном отношении и получать идейную закалку.

Содержанием вопросов, выносимых на обсуждение, могут быть дискуссии-онные проблемы. При этом докладчику поручается изложить одну из существующих точек зрения, а содокладчику - другую. Очень важно организовать дискуссию так, чтобы обучающиеся смогли представить себе как сильные, так и слабые места спорящих сторон.

ПОДГОТОВКА К ЗАЧЕТУ

Подготовка происходит посредством изучения вопросов, выносимых на лекционные и практические занятия, а также по представленным в ОМ вопросам зачету. Студенту рекомендуется также в начале учебного курса познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами практических занятий;
- учебниками, пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

Подготовка к зачету осуществляется по вопросам, приведенным в ОМ.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть в процессе освоения дисциплины. Систематическое выполнение учебной работы на практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДОТ. Проведение учебного процесса может быть организовано с использованием ЭИОС университета и в цифровой среде (группы в социальных сетях, электронная почта, видеосвязь и др. платформы). Учебные занятия с применением ДОТ проходят в соответствии с утвержденным расписанием. Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся проводится с применением ДОТ.

Для ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ предусмотрена возможность выполнения заданий дистанционно по FCC.