

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 18.09.2023 16:46:54

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfdb603f94788008e29877a6bcbf5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»
«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»
Факультет экономики, управления и юриспруденции
Кафедра «Экономика и туризм»**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

Е.В. Бебешко

«31» марта 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Технологии туроператорской и турагентской деятельности

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Профиль

Специалист по организации туристической и экскурсионной деятельности

Квалификация выпускника

Бакалавр

Для всех

форм обучения

Симферополь 2023

АННОТАЦИЯ

Индекс дисциплины по учебному плану	Наименование дисциплины
Б1.В.03.	ТЕХНОЛОГИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ И ТУАРГЕНТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Цель изучения дисциплины	Формирование умений и знаний для практической деятельности по разработке, продвижению и реализации туристического продукта и туристических услуг .
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина Б1.В.03.«Технология туроператорской и туаргентской деятельности» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-4
Содержание дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1.Профессиональные основы деятельности туроператора 2.Функции и отличительные особенности туроператорских и турагентских фирм 3. Туроператор как субъект туристического рынка 4. Классификация видов туроператоров 5. Понятие туристского продукта. Пакет услуг 6. Инициативный и рецептивный туроперейтинг 7. Правила продажи туристских услуг 8. Интернет – продажи. Качество турагентских и туроператорских услуг 9. Оформление документов на тур. Расчеты с клиентами. Программное обеспечение продажи туристских услуг 10. Организация сбытовой сети туроператоров 11.Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг. 12. Виды турагентов. Организация сбытовой сети туроператора
Общая трудоемкость дисциплины	Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 часов
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой

Содержание

1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5. Контроль качества освоения дисциплины	13
6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	13
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	14
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	15
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	15
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	15
11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	16

Приложение к РПД

1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Технология туроператорской и турагентской деятельности», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Цель дисциплины «Технология туроператорской и турагентской деятельности» - формирование умений и знаний для практической деятельности по разработке, продвижению и реализации туристического продукта и туристических услуг .

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4	Способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации	<p>Знать: правила делового протокола и этикета, основы межличностного общения и коммуникационных технологий</p> <p>Уметь: организовывать ведение переговоров с туристами, согласовывать условия договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг</p> <p>Владеть: навыками взаимодействия с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро и иными организациями</p>

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б.1.В.03 «Технология туроператорской и турагентской деятельности» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Изучение теоретических основ «Технология туроператорской и турагентской деятельности» способствует формированию у студентов знаний и умений, необходимых для осуществления туристической деятельности в России.

Дисциплина «Технология туроператорской и турагентской деятельности» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами при изучении дисциплин «Маркетинг в туристской индустрии», «Менеджмент в туристской индустрии», «Психология делового общения», «Правовое обеспечение туризма» «Организация туристической деятельности» и др.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетных единиц (ЗЕ), 144 академических часов.

3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц 144 часов

Объём дисциплины	Всего часов
------------------	-------------

Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа	44
Аудиторная работа (всего):	80
Лекции	28
Семинары, практические занятия	16
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	100
зачет с оценкой	-

Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа	44
Аудиторная работа (всего):	8
Лекции	6
Семинары, практические занятия	2
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	132
зачет с оценкой	4

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ темы	Наименование темы	Всего		Количество часов					
				Контактная работа (аудиторная работа)				Внеаудит. работа	
		ОФО	ЗФО	Лекции		Практическ.		Самост. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Профессиональные основы деятельности туроператора	14	12	2	2	2	-	10	10
2	Функции и отличительные особенности туроператорских и турагентских фирм	9	5	2	-	2	-	5	5
3	Туроператор как субъект туристического рынка	7	5	2	-	-	-	5	5
4	Классификация видов	9	5	2	-	2	-	5	5

	туроператоров								
5	Понятие туристского продукта. Пакет услуг	9	7	2	2	2	-	5	5
6	Инициативный и рецептивный туроперейтинг	14	10	2	-	2	-	10	10
7	Правила продажи туристских услуг	14	10	2	-	2	-	10	10
8	Интернет – продажи. Качество турагентских и туроператорских услуг	14	10	2	-	2	-	10	10
9	Оформление документов на тур. Расчеты с клиентами. Программное обеспечение продажи туристских услуг	16	26	4	2	2	2	10	22
10	Организация сбытовой сети туроператоров	12	20	2	-	-	-	10	20
11	Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг.	14	20	4	-	-	-	10	20
12	Виды турагентов. Организация сбытовой сети туроператора	12	10	2	-	-	-	10	10
	Всего по дисциплине	144	140	28	6	16	2	100	132
	Диф. зачет	-	4						
	Итого	144	144						

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Профессиональные основы деятельности туроператора

Автоматизация продажи туристских услуг. Сезонный фактор в туристской деятельности и пути его преодоления. Сайт туристской фирмы как универсальный инструмент продвижения и продаж туристского продукта. Страхование туристов. Организация и технология обслуживания туристов в рецептивном туроперейтинге. Технология обслуживания индивидуальных и групповых туров. Организация конгресс и инсентив-туров. Технология продаж

Тема 2. Функции и отличительные особенности туроператорских и турагентских фирм

Организация въездного Организация внутреннего туризма. Туристские формальности. Организация средств размещения. Организация питания туристов. Организация

транспортного обслуживания туристов туризма. Договор между инициативным и рецептивным туроператором. Организация культурно-досуговой деятельности в туризме.

Тема 3. Туроператор как субъект туристического рынка.

Классификация видов турагентств. Виды туроперейтинга и турагентств. Профиль работы туристического агентств. Турист как фактор микросреды турагентства. Понятие туристского продукта. Пакет услуг, основные и дополнительные услуги в составе турпродукта. / Л. Инициативный и рецептивный туроперейтинг.

Тема 4. Классификация видов туроператоров

Классификация туров. Маркетинговый подход в проектировании туров. Программа обслуживания туристов. Основы туроператорской деятельности. Тур-проектирование. Поставщики туристских услуг. Стандартизация туристских услуг. Туристические ресурсы как фактор внешней среды туризма.

Тема 5. Понятие туристского продукта. Пакет услуг.

Оценка влияния экзогенных факторов туроперейтинга. Концепция маркетинга в тур-планировании. Нормативно-правовые основы туроперейтинга

Тема 6. Инициативный и рецептивный туроперейтинг.

Условия аннуляции туров. Аннуляционные штрафы. Схемы взаимоотношений туроператора и авиакомпаний. Классификация туров. Маркетинговый подход в проектировании туров. Программа обслуживания туристов.

Тема 7. Правила продажи туристских услуг.

Поставщики туристских услуг. Стандартизация туристских услуг. Нормативно-правовые основы деятельности турагентств. Практика заключения договоров при формировании туристского продукта

Тема 8. Интернет – продажи. Качество турагентских и туроператорских услуг.

Профессиональные основы деятельности и турагента. Функции и отличительные особенности туроператорских и турагентских фирм. Функции продвижения. Новаторская функция. Интегрирующая функция. Внешние факторы турагента. Туроператор как субъект туристического рынка. Понятия турагентства. Практика заключения договоров при формировании туристского продукта. Договор туризма. Чартерный договор. Сегментирование. Определение фокус-группы.

Тема 9. Оформление документов на тур. Расчеты с клиентами. Программное обеспечение продажи туристских услуг.

Туроператорский каталог как основной носитель информации о турпродукте. Организация сбытовой сети туроператоров. Позиционирование туров и тур-операторов. Публичная оферта. Договор туристского обслуживания. Схемы взаимоотношений туроператора и железных дорог. /

Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг. Договор комиссии. Договор купли-продажи. Составление договорного плана тура./

Тема 10. Организация сбытовой сети туроператоров.

Агентские соглашения. Нормативная ответственность организаторов путешествий перед клиентом. Оптовая и розничная продажа туристских услуг. Основные этапы продажи тура. Общая характеристика условий бронирования услуг. Технология продажи туров туроператором и турагентом.

Тема 11. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг.

Виды турагентов. Организация сбытовой сети туроператора. Терминология бронирования и продаж в туризме. Схемы взаимодействия современных туроператоров и судовладельцев. /СР. Технология бронирования и продажи туров при различных условиях бронирования. Остановка продажи. /С. Технологии и организация операторско-агентских услуг Условия аннуляции туров. Аннуляционные штрафы. Правила продажи туристских услуг. Интернет – продажи. Качество турагентских и туроператорских услуг. Оформление документов на тур. Расчеты с клиентами. Программное обеспечение продажи

Тема 12. Виды турагентов. Организация сбытовой сети туроператора.

Автоматизация продажи туристских услуг.

Сезонный фактор в туристской деятельности и пути его преодоления.

Сайт туристской фирмы как универсальный инструмент продвижения и продаж туристского продукта. Страхование туристов. Организация и технология обслуживания туристов в рецептивном туроперейтинге. Технология обслуживания индивидуальных и групповых туров. Организация конгресс и инсентив-туров. Технология продаж.

Организация въездного туризма. Договор между инициативным и рецептивным туроператором. Организация культурно досуговой деятельности в туризме. Организация внутреннего туризма. Туристские формальности. Организация средств размещения. Организация питания туристов. Организация транспортного обслуживания туристов.

4.3. Темы практических занятий

<p>Тема 1. Профессиональные основы деятельности туроператора Автоматизация продажи туристских услуг. Сезонный фактор в туристской деятельности и пути его преодоления. Сайт туристской фирмы как универсальный инструмент продвижения и продаж туристского продукта. Страхование туристов. Организация и технология обслуживания туристов в рецептивном туроперейтинге. Технология обслуживания индивидуальных и групповых туров. Организация конгресс и инсентив-туров. Технология продаж</p>
<p>Тема 2. Функции и отличительные особенности туроператорских и турагентских фирм Организация въездного Организация внутреннего туризма. Туристские формальности. Организация средств размещения. Организация питания туристов. Организация транспортного обслуживания туристов туризма. Договор между инициативным и рецептивным туроператором. Организация культурно-досуговой деятельности в туризме.</p>
<p>Тема 3. Туроператор как субъект туристического рынка.. Классификация видов турагентств. Виды туроперейтинга и турагентств. Профиль работы туристического агентств. Турист как фактор микросреды турагентства. Понятие туристского продукта. Пакет услуг, основные и дополнительные услуги в составе турпродукта. / Л. Инициативный и рецептивный туроперейтинг.</p>
<p>Тема 4. Классификация видов туроператоров Классификация туров. Маркетинговый подход в проектировании туров. Программа обслуживания туристов. Основы туроператорской деятельности. Тур-проектирование. Поставщики туристских услуг. Стандартизация туристских услуг. Туристические ресурсы как фактор внешней среды туризма</p>
<p>Тема 5. Понятие туристского продукта. Пакет услуг. Оценка влияния экзогенных факторов туроперейтинга. Концепция маркетинга в тур-планировании. /Л. Нормативно-правовые основы туроперейтинга</p>
<p>Тема 6. Инициативный и рецептивный туроперейтинг. Условия аннуляции туров. Аннуляционные штрафы. Схемы взаимоотношений туроператора и авиакомпаний. Классификация туров. Маркетинговый подход в проектировании туров. Программа обслуживания туристов</p>
<p>Тема 7. Правила продажи туристских услуг. Поставщики туристских услуг. Стандартизация туристских услуг. Нормативно-правовые основы деятельности турагентств. Практика заключения договоров при формировании туристского продукта</p>
<p>Тема 8. Интернет – продажи. Качество турагентских и туроператорских услуг. Профессиональные основы деятельности и турагента. Функции и отличительные особенности туроператорских и турагентских фирм. Функции продвижения. Новаторская функция. Интегрирующая функция. Внешние факторы турагента. Туроператор как субъект туристического рынка. Понятия турагентства. Практика заключения договоров при формировании туристского продукта. Договор туризма. Чартерный договор. Сегментирование. Определение фокус-группы.</p>
<p>Тема 9. Оформление документов на тур. Расчеты с клиентами. Программное обеспечение продажи туристских услуг. Туроператорский каталог как основной носитель информации о турпродукте. Организация сбытовой сети туроператоров. Позиционирование туров и тур-операторов.</p>

Публичная оферта. Договор туристского обслуживания. Схемы взаимоотношений туроператора и железных дорог. /

Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг. Договор комиссии. Договор купли-продажи. Составление договорного плана тура.

Тема 10. Организация сбытовой сети туроператоров

Агентские соглашения. Нормативная ответственность организаторов путешествий перед клиентом. Оптовая и розничная продажа туристских услуг. Основные этапы продажи тура. Общая характеристика условий бронирования услуг. Технология продажи туров туроператором и турагентом.

Тема 11. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг

Виды турагентов. Организация сбытовой сети туроператора. Терминология бронирования и продаж в туризме. Схемы взаимодействия современных туроператоров и судовладельцев. Технология бронирования и продажи туров при различных условиях бронирования. Остановка продажи. Технологии и организация операторско-агентских услуг. Условия аннуляции туров. Аннуляционные штрафы. Правила продажи туристских услуг. Интернет – продажи. Качество турагентских и туроператорских услуг. Оформление документов на тур. Расчеты с клиентами. Программное обеспечение продажи

Тема 12. Виды турагентов. Организация сбытовой сети туроператора.

Автоматизация продажи туристских услуг. Сезонный фактор в туристской деятельности и пути его преодоления. Сайт туристской фирмы как универсальный инструмент продвижения и продаж туристского продукта. Страхование туристов. Организация и технология обслуживания туристов в рецептивном туроперейтинге. Технология обслуживания индивидуальных и групповых туров. Организация конгресс и инсентив-туров. Технология продаж.

Организация въездного туризма. Договор между инициативным и рецептивным туроператором. Организация культурно досуговой деятельности в туризме. Организация внутреннего туризма. Туристские формальности. Организация средств размещения. Организация питания туристов. Организация транспортного обслуживания туристов

. Темы самостоятельных работ

Тема 1. Профессиональные основы деятельности туроператора

1. Организация и технология обслуживания туристов в рецептивном туроперейтинге.
2. Технология обслуживания индивидуальных и групповых туров.
3. Организация конгресс и инсентив-туров. Технология продаж

Тема 2. Функции и отличительные особенности туроператорских и турагентских фирм

1. Договор между инициативным и рецептивным туроператором.
2. Организация культурно-досуговой деятельности в туризме.

Тема 3. Туроператор как субъект туристического рынка

1. Пакет услуг, основные и дополнительные услуги в составе турпродукта.
2. Инициативный и рецептивный туроперейтинг.

Тема 4. Классификация видов туроператоров

1. Поставщики туристских услуг.
2. Стандартизация туристских услуг.
3. Туристические ресурсы как фактор внешней среды туризма.

Тема 5. Понятие туристского продукта. Пакет услуг.

1. Нормативно-правовые основы туроперейтинга

Тема 6. Инициативный и рецептивный туроперейтинг.

1. Маркетинговый подход в проектировании туров.
2. Программа обслуживания туристов

Тема 7. Правила продажи туристских услуг.

1. Практика заключения договоров при формировании туристского продукта

Тема 8. Интернет – продажи. Качество турагентских и туроператорских услуг.

1. Туроператор как субъект туристического рынка. Понятия турагентства.
2. Практика заключения договоров при формировании туристского продукта.

3. Договор туризма. Чартерный договор. Сегментирование. Определение фокус-группы.
Тема 9. Оформление документов на тур. Расчеты с клиентами. Программное обеспечение продажи туристских услуг. 1. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг. 2. Договор комиссии. Договор купли-продажи. Составление договорного плана тура
Тема 10. Организация сбытовой сети туроператоров 1. Общая характеристика условий бронирования услуг. 2. Технология продажи туров туроператором и турагентом
Тема 11. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг 1. Правила продажи туристских услуг. 2. Интернет – продажи. Качество турагентских и туроператорских услуг. Оформление документов на тур. 3. Расчеты с клиентами. Программное обеспечение продажи
Тема 12. Виды турагентов. Организация сбытовой сети туроператора. 1. Организация культурно досуговой деятельности в туризме. Организация внутреннего туризма. 2. Туристские формальности. 3. Организация средств размещения. Организация питания туристов. Организация транспортного обслуживания туристов.

5. Контроль качества освоения дисциплины

Текущий контроль и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с «Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации «Образовательная организация высшего образования» «Университет экономики и управления».

Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой. Форма проведения промежуточной аттестации – письменный зачет.

Фонд оценочных средств по дисциплине приведен в приложениях к РПД

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература:

1. Радыгина, Е. Г. Технологии гостиничной деятельности : учебно-методическое пособие по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (профиль «Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности») / Е. Г. Радыгина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 80 с. — ISBN 978-5-4486-0051-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70285.html> (дата обращения: 27.09.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/70285>

2. Организация туристской деятельности по отдельным видам туризма: общие требования безопасности и специфика : учебное пособие для бакалавров / составители Н. С. Кобызев, Е. В. Кобызева. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 123 с. — ISBN 978-5-4497-1616-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119623.html> (дата обращения: 26.04.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература:

1. Радыгина, Е. Г. Технологии гостиничной деятельности : учебно-методическое пособие по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (профиль «Технология и организация туроператорской и турагентской

деятельности») / Е. Г. Радыгина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 80 с. — ISBN 978-5-4486-0051-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70285.html> (дата обращения: 27.09.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/70285>

2. Овчаренко, Н. П. Организация гостиничного дела : учебное пособие для бакалавров / Н. П. Овчаренко, Л. Л. Руденко, И. В. Барашок. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 204 с. — ISBN 978-5-394-02514-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75213.html>

3. Раппопорт, А. В. История туризма в России : учебное пособие / А. В. Раппопорт. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 267 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115845.html> (дата обращения: 27.09.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины

1. Информационно-правовой портал «Гарант»: официальный сайт. – URL: <http://www.garant.ru/> – Текст: электронный.

2. Цифровой образовательный ресурс «IPRsmart»: официальный сайт. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/> – Текст: электронный.

3. Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации: официальный сайт. – URL: <http://russiatourism.ru/> – Текст: электронный.

4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстат) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

1. Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.

2. Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

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

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows

Media Player»);

- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.