

Министерство науки и высшего образования РФ

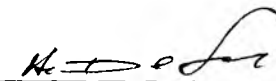
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Дагестанский государственный технический университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

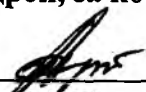
Дисциплина	Технология продаж в социально-культурном сервисе наименование дисциплины по ОПОП
для направления	43.03.01 Сервис код и полное наименование направления
по профилю	Социокультурный сервис
факультет	Таможенного дела и судебной экспертизы наименование факультета, где ведется дисциплина
кафедра	Психологии и социально-культурного сервиса наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина
форма обучения	Очная, заочная, курс 4/5, семестр 8/9.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 Сервис с учетом рекомендаций ОПОП ВО по направлению Сервис и профилю подготовки «Социокультурный сервис»

Разработчик  Девришбеков Н.Р., к.истор.н, профессор
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

« 04 » 09 2019 г.

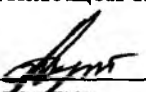
Зав. кафедрой, за которой закреплена дисциплина (модуль)

 Сулаева Ж.А., д.филол.н., доцент
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

« 12 » 09 2019 г.

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры психологии и социально-культурного сервиса от 12.09.2019 года, протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой по данному направлению

 Сулаева Ж.А., д.филол.н., доцент
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

« 12 » 09 2019г.

Программа одобрена на заседании Методической комиссии направления 43.03.01 Сервис факультета таможенного дела и судебной экспертизы

От 14.09.2019 года, протокол № 1

Председатель Методической комиссии факультета

 Аминова Р.К., к.э.н.
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

« 14 » 09 2019г.

И.о. декана факультета 

Эмирова Г.А.

/Начальник УО 

Магомаева Э.В.

И.о. начальника УМУ 

Гусейнов М.Р.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Технология продаж в социально-культурном сервисе» являются: подготовка специалистов, владеющих системой знаний о продажах социокультурных услуг; изучение механизма технологий продаж социокультурных услуг.

Реализация поставленных целей осуществляется посредством решения следующих задач:

- анализ психологических установок и основных форм поведения потенциальных покупателей на различных стадиях процесса продажи с целью формирования у них внутренних установок к совершению покупки;
- изучение особенностей покупательского поведения различных визуальных типов потребителей;
- изучение принципов воздействия на покупательское поведение и восприятие предложения товаров и услуг с помощью стандартных методов рекламы и стимулирования продаж;
- изучение реальных возможностей практического применения различных методов активной и пассивной продажи;
- развитие у будущих специалистов навыков делового общения в процессе продажи товаров и услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Технология продаж в социально-культурном сервисе» входит в состав вариативной части учебного плана.

Преподаванию данной дисциплины предшествует изучение следующих дисциплин: «Технология делового общения», «Основы физиогномики и кинесики», «Маркетинг в сервисе», «Психологический практикум».

Данная дисциплина предшествует изучению курса «Человек и его потребности»,

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины «Технология продаж в социально-культурном сервисе» обучающийся должен овладеть следующей компетенцией:

Код Компетенции	Наименование компетенции	Наименование показателя оценивания (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОПК-4	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.2. Знает и умеет использовать основные методы продаж услуг, в том числе онлайн

4. Объем и содержание дисциплины

Форма обучения	очная	очно-заочная	заочная
Общая трудоемкость по дисциплине (ЗЕТ/ в часах)	2 зет/72 ч.		2 зет/72 ч.
Семестр	8		9
Лекции, час	16		4
Практические занятия, час	24		6
Лабораторные занятия, час	-		-
Самостоятельная работа, час	32		58
Курсовой проект (работа), РГР, семестр	-		-
Зачет (при заочной форме 4 часа отводится на контроль)	зачёт		4 часа на контроль
Часы на экзамен (при очной, очно-заочной формах 1 ЗЕТ – 36 часов, при заочной форме 9 часов отводится на контроль)	-		-

4.1.Содержание дисциплины (модуля)

№ п/ п	Раздел дисциплины, тема лекции и вопросы	Очная форма			Очно-заочная форма			Заочная форма		
		ЛК	ПЗ	СР	ЛК	ПЗ	СР	ЛК	ПЗ	СР
1	Тема 1. Сущность продаж и современный рынок 1. Продажа как инструмент системы сбыта. 2. Цели и задачи современного продавца. 3 Речевые модули для продаж и сервиса 4. Пять этапов активных продаж	2	3	4				2	3	29
2	Тема 2. Этапы процесса продаж. Подготовительный этап продажи 1. Этапы процесса продажи. 2. Методики поиска клиентуры. 3. Подготовка продавца к встрече с клиентом. 4. Телефонные переговоры.	2	3	4						
3	Тема 3. Установление контакта продавца с покупателем 1. Установление контакта через подобное поведение. 2. Контакт через подобные цели, стратегии, способности. 3. Контакт через подобные представления, оценки, убеждения.	2	3	4						
4	Тема 4. Типы покупателей индивидуальный подход к клиенту 1. Классификации типов покупателей 2. Концепция психотипов личностей К.Юнга в контексте практики продаж 3 Анализ потребностей клиента. вопросов 4. Функции и техника постановки вопросов 5. Главные принципы вопросной техники	2	3	4						

5	Тема 5. Работа с претензиями клиентов и решение конфликтных ситуаций 1. Как сократить количество конфликтных ситуаций с клиентом 2. Действия необходимые для разрешения уже очевидного открытого конфликта 3. Типичные ошибки в работе с конфликтами 4. Некоторые правила поведения с недовольными клиентами 5. Умение управлять эмоциями — своими и клиента – это искусство разрешения конфликтов	2	3	4				2	3	29
6	Тема 6. Презентация товара 1. Основные приемы презентации товара. 2. Работа с группой клиентов. 3. Правила приведения аргументов.	2	3	4						
7	Тема 7. Преодоление возражений клиента 1. Суть и значение возражений. 2. Основные правила в преодолении возражений. 3. Типы возражений. 4. Поведение продавца и ответы на возражения клиента.	2	3	4						
8	Тема 8. Переговоры о цене 1. Главные принципы аргументации цены. 2. Стратегии поведения продавца при сопротивлении цене. 3. Техники обоснования цены. 4. Поведение продавца при подведении переговоров о цене. 5. Завершающая стадия продажи после продаж	2	3	4						

		Входная контр. работа 1 аттестация 1-3 темы 2 аттестация 4-5 темы 3 аттестация 6-7 темы				Входная контр. работа Контрольная работа				
		Зачёт				Зачёт (4ч.)				
	ИТОГО:	16	24	32				4	6	58

4.2. Содержание семинарских занятий

№ п/п	№ ЛК из раб. прогр.	Наименование лабораторного (практического, семинарского) занятия	Кол-во часов			Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
			Очно	Очно-заочно	Заочно	
1	1	Тема 1. Сущность продаж и современный рынок 1. Продажа как инструмент системы сбыта. 2. Цели и задачи современного продавца.	2		2	Основная лит-ра: № 1-4 Дополнительная лит-ра: №2,3

2	2	Тема 2. Разработка и внедрение корпоративных стандартов 1. Разработка корпоративных стандартов 2. Содержание корпоративных стандартов 3. Технология внедрения корпоративных стандартов 4. «Побочный эффект» корпоративных стандартов на примере Call-центров 5. Речевые модули для продаж и сервиса 6. Пять этапов активных продаж	2			Основная лит-ра: № 1-3 Дополнительная лит-ра: № 2,3
3	3	Тема 3. Этапы процесса продаж. Подготовительный этап продажи 1. Этапы процесса продажи. 2. Методики поиска клиентуры. 3. Подготовка продавца к встрече с клиентом. 4. Телефонные переговоры.	2			Основная лит-ра: № 1-4 Дополнительная лит-ра: № 1-3
4	4	Тема 4. Установление контакта продавца с покупателем 1. Установление контакта через подобное поведение. 2. Контакт через подобные цели, стратегии, способности. 3. Контакт через подобные представления, оценки, убеждения.	2			Основная лит-ра: № 3-4 Дополнительная лит-ра: № 1-2
5	5	Тема 5. Типы покупателей индивидуальный подход к клиенту 1. Классификации типов покупателей 2. Концепция психотипов личностей К.Юнга в контексте практики продаж.	2		2	Основная лит-ра: № 2,4 Дополнительная лит-ра: № 1,3
6	6	Тема 6. Анализ потребностей клиента 1. Функции вопросов. 2. Техника постановки вопросов. Типы вопросов.	2			Основная лит-ра: № 3-4 Дополнительная

		3. Главные принципы вопросной техники.				лит-ра: № 1-3
7	7	Тема 7. Работа с претензиями клиентов и решение конфликтных ситуаций 1. Как сократить количество конфликтных ситуаций с клиентом 2. Действия необходимые для разрешения уже очевидного открытого конфликта 3. Типичные ошибки в работе с конфликтами 4. Некоторые правила поведения с недовольными клиентами 5. Умение управлять эмоциями — своими и клиента – это искусство разрешения конфликтов	2			Основная лит-ра: № 3,4 Дополнительная лит-ра: № 2,3
8	8	Тема 8. Презентация товара 1. Основные приемы презентации товара. 2. Работа с группой клиентов. 3. Правила приведения аргументов.	2			Основная лит-ра: № 3,4 Дополнительная лит-ра: № 1,2
9	9.	Тема 9. Преодоление возражений клиента 1. Суть и значение возражений. 2. Основные правила в преодолении возражений. 3. Типы возражений. 4. Поведение продавца и ответы на возражения клиента.	2		2	
10	10	Тема 10. Переговоры о цене 1. Главные принципы аргументации цены. 2. Стратегии поведения продавца при сопротивлении цене. 3. Техники обоснования цены. 4. Поведение продавца при подведении переговоров о цене.	2			Основная лит-ра: № 1-4 Дополнительная лит-ра: № 2.3

11	11	Тема 11. Завершающая стадия продажи после продаж 1. Ошибки продавца на завершающей стадии продажи. 2. Главные рекомендации при заключении сделки. 3. Способы завершения сделки купли-продажи. 4. Поведение продавца после заключения сделки. 5. Поведение продавца при сохранении сомнений и отказе клиента совершить сделку 6. Поведение продавца после продажи.	2			Основная лит-ра: № 2,4 Дополнительная лит-ра: № 1,2
12	12.	Тема 12. Особенности технологии продаж в туризме 1. Содержание процесса обслуживания и продажи туристского продукта 2. Место встречи и характер контакта продавца и покупателя туристского продукта 3. Документальное оформление взаимоотношений турфирмы с клиентом 4. Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта	2			Основная лит-ра: № 3-4 Дополнительная лит-ра: № 3
		Итого за семестр:	24	-	6	

4.3. Тематика для самостоятельной работы студента

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Количество часов из содержания дисциплины			Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
		Очно	Очно-заочно	Заочно		
1	Тема 1. Сущность продаж и современный рынок Продажа как инструмент системы сбыта. Структура личности продавца и ее влияние на эффективность его	2		19	Основная лит-ра: № 1-4 Дополнительная	реферат

	<p>трудоу деятельности.</p> <p>Требования к внешним данным продавца.</p>				лит-ра: №2,3	
2	<p>Тема 2. Разработка и внедрение корпоративных стандартов</p> <p>Разработка корпоративных стандартов</p> <p>Содержание корпоративных стандартов</p> <p>Технология внедрения корпоративных стандартов</p> <p>«Побочный эффект» корпоративных стандартов на примере Call-центров</p> <p>Речевые модули для продаж и сервиса</p> <p>Пять этапов активных продаж</p>	3			<p>Основная лит-ра: № 1-3</p> <p>Дополнительная лит-ра: № 2,3</p>	реферат
3	<p>Тема 3. Этапы процесса продаж.</p> <p>Основные этапы (стадии) процесса продажи</p> <p>Анализ основных стадий процесса продажи: стадии познания, стадии восприятия, стадии мотивации и стадии обучения</p> <p>Методики поиска клиентуры.</p> <p>Подготовка продавца к встрече с клиентом.</p> <p>Технология ведения телефонных переговоров с клиентом.</p>	3			<p>Основная лит-ра: № 1-4</p> <p>Дополнительная лит-ра: № 1-3</p>	Контрольная работа №1
4	<p>Тема 4. Установление контакта продавца с покупателем</p> <p>1. Установление контакта через подобное поведение.</p> <p>2. Контакт через подобные цели, стратегии, способности.</p> <p>3. Контакт через подобные представления, оценки, убеждения.</p>	2			<p>Основная лит-ра: № 3-4</p> <p>Дополнительная лит-ра: № 1-2</p>	реферат
5	<p>Тема 5. Типы покупателей индивидуальный подход к клиенту</p> <p>Основные типы покупателей, их характеристики и оценка</p> <p>Визуальные типы покупателей и проведение их экспресс-оценки</p> <p>Психологические типы покупателей и их визуальные характеристики. Экономические и социальные типы покупателей и особенности работы с ними.</p>	3		19	<p>Основная лит-ра: № 2,4</p> <p>Дополнительная лит-ра: № 1,3</p>	реферат
6	<p>Тема 6. Анализ потребностей клиента</p> <p>Функции вопросов.</p>	3			Основная лит-ра: № 3-4	реферат

	Техника постановки вопросов. Типы вопросов. Главные принципы вопросной техники.				Дополнительная лит-ра: № 1-3	
7	Тема 7. Работа с претензиями клиентов и решение конфликтных ситуаций Как сократить количество конфликтных ситуаций с клиентом Действия необходимые для разрешения уже очевидного открытого конфликта Типичные ошибки в работе с конфликтами Некоторые правила поведения с недовольными клиентами Умение управлять эмоциями — своими и клиента, как важный способ разрешения конфликтов	2			Основная лит-ра: № 3,4 Дополнительная лит-ра: № 2,3	реферат
8	Тема 8. Презентация товара Основные приемы презентации товара. Работа с группой клиентов. Правила приведения аргументов.	3			Основная лит-ра: № 3,4 Дополнительная лит-ра: № 1,2	реферат
9	Тема 9. Преодоление возражений клиента Суть и значение возражений. Основные правила в преодолении возражений. Типы возражений. Поведение продавца и ответы на возражения клиента. Возможности визуальной оценки готовности клиента к совершению сделки	3			Основная лит-ра: № 1-4 Дополнительная лит-ра: № 2.3	реферат
10	Тема 10. Переговоры о цене Психологическое ценообразование, связь цены и качества. Необходимо рассмотреть российскую практику психологического ценообразования. Связь цены и качества услуги, осуществляемая на практике. Понятие о ценовых линиях и практических основах их применения	2		20	Основная лит-ра: № 2,4 Дополнительная лит-ра: № 1,2	реферат

11	Тема 11. Завершающая стадия продажи после продаж Ошибки продавца на завершающей стадии продажи. Главные рекомендации при заключении сделки. Способы завершения сделки купли-продажи. Поведение продавца после заключения сделки. Поведение продавца при сохранении сомнений и отказе клиента совершить сделку Поведение продавца после продажи.	3			Основная лит-ра: № 3-4 Дополнительная лит-ра: № 3	реферат
12	Тема 12. Особенности технологии продаж в туризме Методы стимулирования персонала и покупателей. Экономические и психологические методы стимулирования персонала и условия их применения. Возможные варианты стимулирования покупателей и основные цели мероприятий по стимулированию. Российская практика стимулирования персонала и покупателей на конкретных примерах.	3			Основная лит-ра: № 1-4 Дополнительная лит-ра: № 1-3	реферат
	Итого:	32		58		


5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализации компетентностного подхода в процессе изучения дисциплины используются как традиционные, так и инновационные технологии, активные и интерактивные методы и формы обучения: практические занятия, мозговой штурм, разбор конкретных ситуаций, коммуникативный эксперимент, коммуникативный тренинг, творческие задания для самостоятельной работы, информационно-коммуникационные технологии.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Оценочные средства приведены в ФОСе (приложение А)

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

Зав. библиотекой
 Алиева Ж.А.

7.1. Рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная)

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет-ресурсы	Количество изданий	
			В библиотеке	На кафедре
Основная				
	ПЗ, СР	Девришбеков, Н.Р., Идрисова, Н.Л. Технология продаж в сервисе / Н.Р. Девришбеков. — Махачкала: ДГТУ, 2014.		13
1.	ПЗ, СР	Нобукаца, Ацума Логистика и управление розничными продажами : ведущие эксперты о современной практике и тенденциях / Ацума Нобукаца, Кристофер Мартин, Хигаси Тосикацу ; под редакцией Ферни Джон, Спаркс Ли ; перевод С. А. Воронков. — Новосибирск : Сибирское университетское издательство, 2017. — 262 с. — ISBN 978-5-379-02020-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].	URL: https://www.iprbookshop.ru/65277.html	
2	ПЗ, СР	Журавлева, Т. Ю. Технологии электронных продаж / Т. Ю. Журавлева. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 50 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].	URL: https://www.iprbookshop.ru/27381.html	
3.	ПЗ, СР	Панова, А. К. Не прогадай! Планирование продаж с высокой точностью : практическое пособие / А. К. Панова. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 191 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].	URL: https://www.iprbookshop.ru/847.html	

4.	ПЗ, СР	Гармаева, И. А. Технологии и качество продаж : учебное пособие / И. А. Гармаева, Н. И. Хамнаева. — Улан-Удэ : ВСГУТУ, 2018. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.	URL: https://e.lanbook.com/book/15854 .	
Дополнительная				
1.	ПЗ, СР	Пузыня, Т.А. Технология продаж спортивно-оздоровительных услуг: практикум / Т.А. Пузыня — Великие Луки : Великолукская государственная академия физической культуры и спорта, 2012. — 62 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт].	URL: https://www.iprbookshop.ru/45238.html .	
2.	ПЗ, СР	Прончева, О.К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие / О.К. Прончева — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 82 с. — ISBN 978-5-93252-258-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].	URL: https://www.iprbookshop.ru/18262.html .	
3.	ПЗ, СР	Канина, Н. П. Продажи: основы, технология, практика: учебно-методическое пособие / Н. П. Канина. — Новосибирск : СГУПС, 2020. — 39 с. — ISBN 978-5-00148-152-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.	URL: tps://e.lanbook.com/book/164636 .	

7.2. Библиотечные системы

1. Бесплатная электронная библиотека. – Куб. — URL: [http:// www.koob.ru](http://www.koob.ru).
2. Электронно-библиотечная система «КнигаФонд». — URL: [http:// www.knigafund.ru](http://www.knigafund.ru).
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY. — URL: <http://elibrary.ru>.
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks. — URL: <http://www.iprbookshop.ru>.
5. Информационно- правовая система Консультант Плюс. — URL: [http:// /www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).
6. Электронно-библиотечная система «Лань». — URL: <http://www.e.lanbook.com>.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

- компьютерные классы общего пользования с подключением к Интернет, из расчета 12 компьютеров на 100 обучающихся;
- специализированные компьютерные классы для организации учебных занятий по профессиональным курсам и практикумам, состоящие из 10-15 компьютеров, с подключенным к ним периферийным устройством и оборудованием (мультимедийный проектор, головные телефоны, видеокамеры и фотоаппараты) на 100 обучающихся;
- учебные классы, оснащенные современной аудио- и видеотехникой (музыкальный центр, DVD-проигрыватель, видеокамера) для курсов с проведением тренингов, решения ситуационных задач, занятий по организационному консультированию.

Специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ОВЗ определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ОВЗ понимаются условия обучения, воспитания и развития, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания ДГТУ и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение ОПОП обучающихся с ОВЗ.

Обучение в рамках учебной дисциплины обучающихся с ОВЗ осуществляется ДГТУ с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебной дисциплине обучающихся с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по дисциплине обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта ДГТУ в сети «Интернет» для слабовидящих;

- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию ДГТУ.

2) для лиц с ОВЗ по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и

другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие студентам с ОВЗ адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебной дисциплины научно-педагогическим работникам рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ОВЗ в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине для обучающихся с ОВЗ устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и др.). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене

9. Лист изменений и дополнений к рабочей программе

Дополнения и изменения в рабочей программе на 20___/20___ учебный год.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1.;
2.;
3.;
4.;
5.

или делается отметка о нецелесообразности внесения каких-либо изменений или дополнений на данный учебный год.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ от _____ года, протокол № _____.

Заведующий кафедрой _____

_____ (название кафедры) (подпись, дата)
(ФИО, уч. степень, уч. звание)

Согласовано:

Декан (директор) _____

_____ (подпись, дата) (ФИО, уч.
степень, уч. звание)

Председатель МС факультета _____

_____ (подпись, дата) (ФИО,
уч. степень, уч. звание)