

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**  
(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Э.Ю. Майкова

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

Элективной дисциплины части, формируемой участниками образовательных  
отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)»  
**«Технологии продаж»**

Направление подготовки специалистов – 43.03.01 Сервис  
Направленность (профиль) – Социально-культурный сервис  
Типы задач профессиональной деятельности: сервисный

Форма обучения – очная, заочная

Факультет управления и социальных коммуникаций  
Кафедра «Социологии и социальных технологий»

Тверь 2024

Рабочая программа дисциплины соответствует ОХОП подготовки бакалавров в части требований к результатам обучения по дисциплине и учебному плану.

Разработчик программы: доцент кафедры ССТ

А.В. Вайсбург

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ССТ  
« » \_\_\_\_\_ г., протокол № \_\_\_\_.

Заведующий кафедрой

Э.Ю. Майкова

Согласовано:  
Начальник учебно-методического  
отдела УМУ

Е.Э. Наумова

Начальник отдела  
комплектования  
зональной научной библиотеки

О.Ф. Жмыхова

## 1. Цель и задачи дисциплины

**Целью** изучения дисциплины «Технологии продаж» является формирование целостного представления о политике продаж, основных приемах и правилах построения отношений с клиентами.

**Задачами дисциплины** являются:

- формирование представлений о покупательском поведении клиентов;
- формирование представлений о сущности и значении персональных продаж;
- рассмотрение основных этапов создания системы эффективного управления продажами;
- выработка навыков осуществления продажи.

## 2. Место дисциплины в образовательной программе

Дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОП ВО. Для изучения курса требуются знания дисциплин «Психология», «Речевая и деловая коммуникация», «Межкультурные коммуникации в сервисе», «Социальная психология», «Маркетинг в сервисе».

Приобретенные знания в рамках данной дисциплины необходимы для дальнейшей профессиональной деятельности и при выполнении выпускной квалификационной работы.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

### 3.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

**Компетенция, закрепленная за дисциплиной в ОХОП:**

**ОПК-4.** *Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов.*

**Индикаторы компетенции, закреплённые за дисциплиной в ОХОП:**

**ИОПК-4.2.** *Организует продвижение и продажу сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий.*

**Показатели оценивания индикаторов достижения компетенций**

**Знать:**

31.1. основные принципы продвижения продукта или услуги

31.2. принципы продажи продуктов и услуг

31.3. основы интернет-продаж

**Уметь:**

У1.1. продвигать продукты и услуги

У1.2. использовать принципы продажи для управления покупательским поведением потребителей

У1.3. совершать продажи в сети интернет

**Индикаторы компетенции, закреплённые за дисциплиной в ОХОП:**

**ИОПК-4.3.** *Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг.*

**Знать:**

31.1. Существующие каналы сбыта товаров и услуг

31.2. Принципы формирования каналов сбыта

**Уметь:**

У1.1. Использовать различные каналы сбыта товаров и услуг

**3.2. Технологии, обеспечивающие формирование компетенций**

Проведение лекционных занятий, практических занятий.

**4. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы****ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ**

Таблица 1а. Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Зачетные единицы	Академические часы
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	2	72
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>		39
В том числе:		
Лекции		13
Практические занятия (ПЗ)		26
Лабораторные работы (ЛР)		не предусмотрены
<b>Самостоятельная работа обучающихся (всего)</b>		33
В том числе:		
Курсовая работа		Не предусмотрена
Курсовой проект		не предусмотрен
Расчетно-графические работы		не предусмотрены
Другие виды самостоятельной работы: - подготовка к практическим занятиям - реферат		33
Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация (зачет)		0
<b>Практическая подготовка при реализации дисциплины (всего)</b>		0

**ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ**

Таблица 1б. Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Зачетные единицы	Академические часы
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	2	72
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>		6
В том числе:		
Лекции		2
Практические занятия (ПЗ)		4
Лабораторные работы (ЛР)		не предусмотрены
<b>Самостоятельная работа обучающихся (всего)</b>		62+4(зач)
В том числе:		
Изучение теоретической части		62
Курсовая работа		Не предусмотрена
Курсовой проект		не предусмотрен
Расчетно-графические работы		не предусмотрены
Другие виды самостоятельной работы: - реферат		не предусмотрен
Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация (зачет)		4
<b>Практическая подготовка при реализации дисциплины (всего)</b>		0

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2а. Модули дисциплины, трудоемкость в часах и виды учебной работы

№	Наименование модуля	Труд-ть часы	Лекции	Практич. занятия	Лаб. работы	Сам. работа
1	Общие принципы покупательского поведения	22	6	6	-	10
2	Основные принципы и этапы персональной продажи	50	7	20	-	23
<i>Всего на дисциплину</i>		<i>72</i>	<i>13</i>	<i>26</i>	<i>-</i>	<i>33</i>

### ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2б. Модули дисциплины, трудоемкость в часах и виды учебной работы

№	Наименование модуля	Труд-ть часы	Лекции	Практич. занятия	Лаб. работы	Сам. работа
1	Общие принципы покупательского поведения	25	1	2	-	20+2(зач)
2	Основные принципы и этапы персональной продажи	47	1	2	-	42+2(зач)
<i>Всего на дисциплину</i>		<i>72</i>	<i>2</i>	<i>4</i>	<i>-</i>	<i>62+4</i>

### 5.2. Содержание дисциплины

#### МОДУЛЬ 1 «Общие принципы покупательского поведения»

Покупательское поведение: понятие и сущность. Факторы, определяющие поведение покупателей социологических услуг. Понятие и сущность социологического сервиса. Основные характеристики маркетинга «легендарного сервиса». Основные теории мотивации. Понятие и сущность обмена. Структура социологической услуги. Особенности продажи социологических услуг.

Основные функции процесса продаж. Барьеры для осуществления продаж социологических услуг. Основные задачи управления продажами. Этапы создания эффективного управления продажами. Методы прогнозирования продаж. Работа с персоналом. Подготовка специалиста-социолога к работе с потребителями. Политика продаж. Стимулирование продаж. Роль технологии продаж в современном бизнесе.

#### МОДУЛЬ 2 «Основные принципы и этапы персональной продажи»

Понятие и этапы персональной продажи. Особенности личной продажи социологических услуг. Процесс принятия решения о покупке. Программы лояльности для клиентов. Послепродажное обслуживание. Работа с жалобами, возражениями и претензиями. Переговоры о цене. Методы оказания влияния на клиента.

### 5.3. Лабораторные работы

Учебным планом не предусмотрены.

### 5.4. Практические и (или) семинарские занятия.

### ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3а. Тематика, форма практических занятий (ПЗ) и их трудоемкость

<b>Порядковый номер модуля. Цели практических работ</b>	<b>Наименование практических работ</b>	<b>Трудое мкость в часах</b>
<b>Модуль 1</b> <b>Цель:</b> формирование знаний об общих принципах покупательского поведения, навыков изучения покупательского поведения	Семинар понятие «сервис»	2
	Основные факторы покупательского поведения	2
	Маркетинг «легендарного сервиса»	2
<b>Модуль 2</b> <b>Цель:</b> формирование умений по использованию основных принципов персональных продаж, навыков организации процесса продажи	Умение задавать вопросы	3
	Достоинства и недостатки продукта	3
	Переговоры о цене продукта	2
	Ролевая игра «Телефон доверия»	2
	Ролевая игра «Осуществление продажи»	10

#### ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3б. Тематика, форма практических занятий (ПЗ) и их трудоемкость

<b>Порядковый номер модуля. Цели практических работ</b>	<b>Наименование практических работ</b>	<b>Трудое мкость в часах</b>
<b>Модуль 1</b> <b>Цель:</b> формирование знаний об общих принципах покупательского поведения, навыков изучения покупательского поведения	Семинар понятие «сервис»	2
	Основные факторы покупательского поведения	
	Маркетинг «легендарного сервиса»	
<b>Модуль 2</b> <b>Цель:</b> формирование умений по использованию основных принципов персональных продаж, навыков организации процесса продажи	Умение задавать вопросы	2
	Достоинства и недостатки продукта	
	Переговоры о цене продукта	

#### 6. Самостоятельная работа обучающихся и текущий контроль их успеваемости

## 6.1. Цели самостоятельной работы

Формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий.

## 6.2. Организация и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа заключается в изучении отдельных тем курса по заданию преподавателя по рекомендуемой им учебной литературе, подготовке к практическим занятиям, к текущему контролю успеваемости, зачету, написанию творческих работ.

После вводных лекций, в которых обозначается содержание дисциплины, ее проблематика и практическая значимость, студентам выдается индивидуальное творческое задание. Работа состоит из реферата, тема которого должна соответствовать модулям 1-5, оформляется на листах формата А4. Шрифт – 14 кегль, Times New Roman, интервал – 1,5. Объем реферата – 15–20 страниц. Максимальная оценка выполненную работу – 10 баллов, в т.ч. 5 баллов – за оформительскую часть, 5 баллов – за устный ответ на вопросы по содержанию работы. Возможная тематическая направленность реферативной работы для каждого учебно-образовательного модуля представлена в следующей таблице:

Таблица 4. Темы рефератов

№ п/п	Модули	Возможная тематика самостоятельной реферативной работы
1.	Модуль 1	Семинар понятие «сервис» Основные факторы покупательского поведения Маркетинг «легендарного сервиса»
2.	Модуль 2	Умение задавать вопросы Достоинства и недостатки продукта Переговоры о цене продукта Построение персональной продажи услуги

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 7.1. Основная литература по дисциплине

1. Голова, А.Г. Управление продажами: учебник для экономических вузов по направлению "Экономика" и специальностям "Маркетинг", "Реклама" : в составе учебно-методического комплекса / А.Г. Голова. - 3-е изд. ; стер. - Москва : Дашков и К, 2020. - (УМК-У). - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 27.07.2022. - ISBN 978-5-394-03902-7.- URL: <https://e.lanbook.com/book/229961>. - (ID=107136-0)
2. Иванова, Е.А. Управление продажами: учебно-методическое пособие для бакалавров, обучающихся по направлениям «Торговое дело», «Реклама и связи с общественностью» / Е.А. Иванова, В.А. Шлеин. - Москва : Российский университет транспорта, 2020. - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.09.2022.- URL: <https://e.lanbook.com/book/175973>. - (ID=106928-0)
3. Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т.

С. Жданова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 183 с. — ISBN 978-5-394-04607-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137771.html> (дата обращения: 12.12.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - (ID=141574-0)

## 7.2. Дополнительная литература

1. Поляков, В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В.А. Поляков, А.А. Романов. - Москва : Юрайт, 2024. - 502 с. - (Высшее образование). - Образовательная платформа Юрайт. - Дата обращения 10.10.2024. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-534-05261-9. URL: <https://urait.ru/bcode/535961> - (ID=160233-0)
2. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539415> (дата обращения: 12.12.2024). - (ID=150495-0)
3. Договоры коммерческого права. Договор продажи товаров : учебное пособие для вузов / В. А. Белов [и др.]; ответственный редактор В. А. Белов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13475-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543719> (дата обращения: 12.12.2024). - (ID=136162-0)
4. Клепик, М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета / М.С. Клепик. - Москва : Дашков и К, 2020. - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 27.07.2022. - ISBN 978-5-394-01811-4. - URL: <https://e.lanbook.com/book/229916> - (ID=107141-0)
5. Кольшклина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541700> (дата обращения: 12.12.2024).- (ID=135229-0)
6. Виноградова Т.В. Технология продаж услуг туристской индустрии : учебник для вузов по специальности "Туризм" / Т.В. Виноградова, Н.Д. Закорин, Р.Ю. Тубелис; Балтийская акад. туризма и предпринимательства. - М. : Академия, 2010. - 238, [1] с. : ил. - (Высшее профессиональное образование. Туризм) (Учебник). - Текст : непосредственный. - ISBN 978-5-7695-6801-5 : 366 р. 30 к. - (ID=83905-12)



7. Ворох, Н. И. Технологии продаж : учебное пособие / Н. И. Ворох, Г. А. Смирнова. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2014. — 386 с. — ISBN 978-5-94048-020-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/64081> (дата обращения: 12.12.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. - (ID=164496-0)
8. 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/158547> (дата обращения: 12.12.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. - (ID=164497-0)
9. Гончарова, А. В. Технологии продаж : учебное пособие / А. В. Гончарова, И. Е. Отвагина. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2021. — 140 с. — ISBN 978-5-7014-1030-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126991.html> (дата обращения: 12.12.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/126991>. - (ID=164495-0)

### **7.3. Методические материалы**

1. Вайсбург А.В. Технологии продаж направления подготовки 43.03.01 : метод. указания для подготовки бакалавров 43.03.01 Сервис всех форм обучения, профиль - Социокультурный сервис / А.В. Вайсбург; Тверской гос. техн. ун-т. - Тверь : ТвГТУ, 2017. - Сервер. - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/128564> . - (ID=128564-1)
2. Оценочные средства промежуточной аттестации в форме экзамена по дисциплине по выбору вариативной части Б.1В ДВ.11 «Технологии продаж» Направление подготовки бакалавров 43.03.01 Сервис Профиль – социокультурный сервис : в составе учебно-методического комплекса / Каф. Социология и социальные технологии ; разработ. А.В. Вайсбург. - 2016. - (УМК-В). - Сервер. - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/126773> . - (ID=126773-0)
3. Учебно-методические материалы к практическим занятиям (семинарам) дисциплины специализации ДС 14 "Технологии продажи туристических услуг" для студентов специальности 100103 - Социально-культурный сервис и туризм : в составе учебно-методического комплекса / разработ. А.В. Вайсбург ; Тверской гос. техн. ун-т, Каф. СиСТ. - Тверь : ТвГТУ , 2011. - (УМК-П). - Сервер. - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/92181> . - (ID=92181-1)
4. Технологии продажи туристических услуг : метод. указ. для студентов спец. 100103 СКСТ днев., заоч., форм обучения и ИДПО ТвГТУ / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. СиСТ ; сост. А.В. Вайсбург. - Тверь : ТвГТУ, 2011. - 8 с. - CD. - Сервер. - Текст : электронный. - [б. ц.]. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/159879> . - (ID=159879-0)

5. Методические указания по курсу "Технологии продажи туристских услуг" для студентов специальности 100103 "Социально-культурный сервис и туризм" всех форм обучения : в составе учебно-методического комплекса / разработ. А.В. Вайсбург ; Тверской гос. техн. ун-т, Каф. СиСТ. - Тверь : ТвГТУ , 2011. - (УМК-М). - Сервер. - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/92182> . - (ID=92182-1)
6. Методические материалы по контролю результативности изучения дисциплины (тестовые задания) по курсу "Технологии продажи туристских услуг" для студентов специальности 100103 "Социально-культурный сервис и туризм" всех форм обучения : в составе учебно-методического комплекса / разработ. А.В. Вайсбург ; Тверской гос. техн. ун-т, Каф. СиСТ. - Тверь : ТвГТУ , 2011. - (УМК-В). - Сервер. - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/92430> . - (ID=92430-1)
7. Курс лекций дисциплины специализации ДС 14 "Технологии продажи туристических услуг" для студентов специальности 100103 - Социально-культурный сервис и туризм : в составе учебно-методического комплекса / разработ. А.В. Вайсбург ; Тверской гос. техн. ун-т, Каф. СиСТ. - Тверь : ТвГТУ , 2011. - (УМК-Л). - Сервер. - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/92180> . - (ID=92180-1)
8. Учебно-методический комплекс дисциплины обязательной части Блока1 "Дисциплины (модули)" "Технологии продаж". Направление подготовки 43.03.01 Сервис. Направленность (профиль): Социально-культурный сервис : ФГОС 3++ / Каф. Социология и социальные технологии ; сост. А.В. Вайсбург. - 2024. - (УМК). - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/117354> . - (ID=117354-1)

#### **7.4. Программное обеспечение по дисциплине**

Операционная система Microsoft Windows: лицензии № ICM-176609 и № ICM-176613 (Azure Dev Tools for Teaching).

Microsoft Office 2007 Russian Academic: OPEN No Level: лицензия № 41902814.

WPS Office: MPL 1.1/GPL 2.0/LGPL 2.1.

LibreOffice: MPL 2.0.

LMS Moodle: GPL 3.0.

#### **7.5. Специализированные базы данных, справочные системы, электронно-библиотечные системы, профессиональные порталы в Интернет**

ЭБС и лицензионные ресурсы ТвГТУ размещены:

1. Ресурсы: <https://lib.tstu.tver.ru/header/obr-res>
2. ЭКТвГТУ: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/Web>
3. ЭБС "Лань": <https://e.lanbook.com/>
4. ЭБС "Университетская библиотека онлайн": <https://www.biblioclub.ru/>
5. ЭБС «IPRBooks»: <https://www.iprbookshop.ru/>
6. Электронная образовательная платформа "Юрайт" (ЭБС «Юрайт»): <https://urait.ru/>

7. Научная электронная библиотека eLIBRARY: <https://elibrary.ru/>
8. Информационная система "ТЕХНОРМАТИВ". Конфигурация "МАКСИМУМ" : сетевая версия (годовое обновление): [нормативно-технические, нормативно-правовые и руководящие документы (ГОСТы, РД, СНИПы и др.]. Диск 1,2,3,4. - М. :Технорматив, 2014. - (Документация для профессионалов). - CD. - Текст : электронный. - 119600 р. – (105501-1)
9. База данных учебно-методических комплексов: <https://lib.tstu.tver.ru/header/umk.html>

*УМК размещен:* <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/117354>

## **8. Материально-техническое обеспечение**

При изучении дисциплины «Технологии продаж» используются современные средства обучения: наглядные пособия, диаграммы, схемы, презентации, учебные фильмы.

Возможна демонстрация лекционного материала с помощью проекционного оборудования.

### **9. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

#### **9.1. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена**

Учебным планом экзамен по дисциплине не предусмотрен.

#### **9.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме зачета**

1. Шкала оценивания промежуточной аттестации – «зачтено», «не зачтено».

2. Вид промежуточной аттестации в форме зачета.

Промежуточная аттестация в форме зачета устанавливается преподавателем по результатам текущего контроля знаний и умений обучающегося без дополнительных контрольных испытаний.

При промежуточной аттестации без выполнения дополнительного итогового контрольного испытания студенту в обязательном порядке описываются критерии проставления зачёта:

«зачтено» – выставляется обучающемуся при условии выполнения им всех контрольных мероприятий, посещения лекций и практических занятий в объеме, соответствующем не менее чем 80% от количества часов, отведенного на контактную работу с преподавателем.

#### **9.3. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме курсовой работы или курсового проекта**

Учебным планом по дисциплине не предусмотрены.

## **10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины**

Студенты перед началом изучения дисциплины должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценки, которые должны быть опубликованы и размещены на сайте вуза или кафедры.

В учебном процесс рекомендуется внедрение субъект-субъектной педагогической технологии, при которой в расписании каждого преподавателя определяется время консультаций студентов по закрепленному за ним модулю

дисциплины.

Студенты, изучающие дисциплину, обеспечены учебниками, учебно-методическим комплексом по дисциплине, включая методические указания к выполнению всех видов самостоятельной работы.

#### **11. Внесение изменений и дополнений в рабочую программу дисциплины**

Кафедра ежегодно обновляет содержание рабочих программ дисциплин, которые оформляются протоколами. Форма протокола утверждена Положением о структуре, содержании и оформлении рабочих программ дисциплин, по образовательным программам, соответствующих ФГОС ВО с учетом профессиональных стандартов.