

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Институт гостиничного бизнеса и туризма

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины

Разработка и продвижение туристского продукта

Рекомендуется для направления подготовки

43.03.02 «Туризм»

(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность программы (профиль) Международный туризм

(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))

Москва

2021

1. Цели и задачи дисциплины:

Становление профессиональных компетенций будущего бакалавра путем формирования теоретических знаний и практических умений в области разработки и продвижения туристского продукта.

Задачи курса:

1.Формирование у студентов теоретических, методологических и нормативно-правовых основ знаний о сущности и особенностях разработки и продвижении туристского продукта;

2.Формировании навыков разработки туристских продуктов и способах его продвижения;

3.Развитии навыков самостоятельного поиска источников дополнительных знаний и умений по вопросам, связанным с разработкой нового туристского продукта и способах его продвижения.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Разработка и продвижение туристского продукта» относится к вариативной компоненте дисциплин Блока 1 учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Универсальные компетенции			
1.	УК – 2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	- Правовые основы деятельности и документооборот в профессиональной сфере; - Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной сфере; - Программное обеспечение и	- Налоговые системы зарубежных стран; - Производственная практика; - Подготовка и защита выпускной квалификационной работы

		автоматизация в профессиональной сфере; - Менеджмент организаций профессиональной сферы; - Маркетинг организаций профессиональной сферы; - Туристские формальности; - Организация обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья; - Учебная практика	
2.	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	- Психология и конфликтология в организациях профессиональной сферы; - Организация экскурсионной деятельности; - Технологии организации видов туризма; - Учебная практика	- Подготовка и защита выпускной квалификационной работы
Общепрофессиональные компетенции			
3.	ОПК-2. Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	- Менеджмент организаций профессиональной сферы - Организация экскурсионной деятельности - Учебная практика	- Управление персоналом в производственной сфере; - Производственная практика; - Преддипломная практика; - Подготовка и защита выпускной квалификационной работы
4.	ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	- Маркетинг организации профессиональной сферы; - Предпринимательство в профессиональной сфере; - Курсовая работа «Технологии организации видов туризма»	- Рынок международного туризма - Международный туристский бизнес; - Преддипломная практика; - Подготовка и защита выпускной квалификационной работы
Профессиональные компетенции			
5.	ПКР-2. Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	- Маркетинг организации профессиональной сферы	- Рынок международного туризма; - Преддипломная практика;

			– Подготовка и защита выпускной квалификационной работы
--	--	--	---

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК – 2;

- Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде УК-3;

- Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью ОПК-2;

- Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта ОПК-4;

- Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий ПКР-2.

В результате изучения дисциплины студент должен:

ЗНАТЬ:

– источники нормативно-правового обеспечения разработки и продвижения туристского продукта;

– нормативно-технические документы, обеспечивающие разработку туристского продукта;

– способы продвижения туристского продукта;

УМЕТЬ:

– производить рациональный выбор информационных ресурсов, способов и программ для разработки туристского продукта;

– применять нормативно-техническую документацию для разработки туристского продукта;

– применять традиционные и инновационные способы разработки и продвижения туристского продукта;

ВЛАДЕТЬ:

– навыками применения законодательства Российской Федерации, а также норм международного права при разработке и продвижении туристского продукта;

– навыками применения, составления и оформления документов в соответствии с требованиями действующего законодательства и стандартов при разработке и продвижении туристского продукта;

– навыками самостоятельной оценки эффективности разработки и продвижения туристского продукта.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр			
		Очная форма обучения		Очно-заочная форма обучения	
		6 семестр В модуль	6 семестр С модуль	7	8
Аудиторные занятия (всего)	68/58	36	32	34	24
В том числе:					
Лекции (Л)	34/29	18	16	17	12
Практические занятия (ПЗ)	34/29	18	16	17	12
В том числе в интерактивной форме	18/16	6	12	6	10
Самостоятельная работа (всего)	13/14	-	13	2	12
Контроль (экзамен)	27/36	-	27	-	36
Общая трудоемкость час	108	36	72	36	72
зач. ед.	3	1	2	1	2
Курсовая работа час	36	-	36	-	36
зач. ед.	1	-	1	-	1

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
Раздел 1. Разработка туристского продукта		

1.	Разработка туристского продукта: понятие и сущность	<p>Понятие туристского продукта. Сущность туристского продукта. Туристский продукт как комплекс основных и дополнительных услуг. Потребительские свойства туристского продукта: обоснованность, надежность, эффективность, целостность, ясность, гибкость, полезность. Виды, формы, элементы туристского продукта. Структура турпродукта. Жизненный цикл туристского продукта.</p> <p>Соотношение понятий «проектирование туристского продукта», «разработка туристского продукта», «формирование туристского продукта». Субъекты разработки туристского продукта. Стратегия разработки туристского продукта.</p>
2.	Этапы разработки туристского продукта	<p>Разработка туристического продукта как сложный, многоступенчатый процесс. Основные этапы разработки туристского продукта: 1) генерация идей относительно турпродукта, его количественных и качественных свойств на основе постоянного изучения действительного и потенциального спроса; 2) разработка концепции нового турпродукта, предоставление турпродукту конкретных потребительских свойств, соответствующих спросу целевого рынка и материально-техническим и финансовым возможностям турфирмы; 3) пробный маркетинг, означающий продажу на рынке первой партии нового турпродукта с целью определения отношения к нему потенциальных покупателей, а также выявления и устранения возможных недостатков; 4) коммерциализация нового турпродукта, заключающаяся в организации его массовой продажи.</p>
3.	Основные факторы и требования к разработке туристского продукта	<p>Учет конъюнктуры рынка туристских услуг; учет запросов (требований) туристов/заказчиков туристского продукта (услуги); состояния и структуры объектов туристской индустрии; межрегионального кластерного подхода; результатов маркетинговых исследований; обеспечения безопасности туристских услуг; защиты прав потребителей туристских услуг; предоставления потребителям туристских услуг возможности компетентного выбора; соблюдения экологических и санитарно-эпидемиологических требований; наличия договоров на оказание туристских услуг с соисполнителями</p>
4.	Генерация идей и бизнес-анализ как начальные этапы в разработке туристского продукта	<p>Генерация идей относительно турпродукта, его количественных и качественных свойств на основе постоянного изучения действительного и потенциального спроса Этап генерации идей: «идея продукта» и «замысел продукта». Инструменты генерации идей в разработке туристского продукта: мозговая атака, матрицы поиска, морфологический анализ и др. Обсуждение концепций туристского продукта. Утверждение идеи туристского продукта. Бизнес-анализ: прогноз первоначальных и повторных продаж, планирование цены и предполагаемая прибыль.</p>

5.	Маркетинговые исследования в целях разработки туристского продукта	Роль маркетинговых исследований в разработке туристского продукта. Маркетинговые исследования рынка в определении потенциального потребительского спроса на туристический продукт. Анализ реальных расходов на разработку и реализацию туристического продукта. Оценка экономической эффективности и целесообразности разработки туристического продукта.
6.	Бизнес-план по выведению турпродукта на рынок	Разработка бизнес-плана по выведению продукта на рынок. Техничко-экономическое обоснование турпродукта. Оценка реальных затрат на разработку и реализацию турпродукта. Определение общей стоимости, нормы прибыли, верхних и нижних границ прибыли. Разработка стратегии и тактики ценообразования. Экспериментальное внедрение турпродукта.
7.	Проектирование туристского продукта	Проектирование туристских услуг (туристского продукта) как процесс подготовки и разработки технических и технологических документов на туристские услуги/туристский продукт в соответствии с программой обслуживания туристов и условиями путешествия. Модель туристской услуги. составление моделей туристских услуг. Разработка технических требований и нормируемых характеристик услуг. Установление технологических требований и определение технологии процесса оказания туристских услуг. Определение методов контроля качества проектируемых туристских услуг. Утверждение документов на проектируемые туристские услуги.
8.	Нормативно-техническое обеспечение разработки туристского продукта	Техническое задание. Технические условия: документы, устанавливающие технические, проектные и другие характеристики туристских услуг и процессов их оказания. Технологическая инструкция. Технологическая карта. Программа обслуживания туристов. Стандартизация как средство обеспечения безопасности и качества туристского продукта. Квалификационные требования, содержащиеся в должностных инструкциях, стандартах работы персонала и др.
Раздел 2. Продвижение туристского продукта		
9.	Понятие продвижения туристского продукта. Способы продвижения туристского продукта	Продвижение туристского продукта: понятие и сущность. Продвижение туристского продукта как комплекс мер, направленных на его реализацию. Государственная поддержка в сфере продвижения отечественного туристского продукта. Классификация способов продвижения туристского продукта. Рекламные и нерекламные способы. Продвижение туристского продукта на этапе экспериментальной проверки (апробации): рекламные и обучающие туры, пробные продажи. Особенности использования отдельных способов продвижения туристского продукта. Участие в специализированных выставках, ярмарках, организация информационных центров, издание каталогов, буклетов и др. Система продвижения туристского продукта. Формирование сбытовой сети.
10.	Реклама в системе продвижения	Понятие «реклама». Федеральный закон «О рекламе». Реклама как форма коммуникации. Место рекламы в

4.	Управление персоналом в производственной сфере		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5.	Производственная практика	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
6.	Преддипломная практика	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
7.	Подготовка и защита выпускной квалификационной работы	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий Для очной формы обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Л	ПЗ	СРС	Всего
В модуль					
Раздел 1. Разработка туристского продукта					
1.	Разработка туристского продукта: понятие и сущность	2	2	-	4
2.	Этапы разработки туристского продукта	4	2	-	6
3.	Основные факторы и требования к разработке туристского продукта	2	2	-	4
4.	Генерация идей и бизнес-анализ как начальные этапы в разработке туристского продукта	2	2	-	4
5.	Маркетинговые исследования в целях разработки туристского продукта	2	2	-	4
6.	Бизнес-план по выведению турпродукта на рынок	2	4	-	6
7.	Проектирование туристского продукта	2	2	-	4
8.	Разработка нормативно-технической документации сопровождающий туристский продукт	2	2	-	4
С модуль					
Раздел 2. Продвижение туристского продукта					
9.	Понятие продвижения туристского продукта. Способы продвижения туристского продукта	4	4	4	12
10.	Реклама в системе продвижения туристского продукта.	4	4	3	11
11.	Нерекламные способы продвижения туристского продукта	4	4	3	11
12.	Туристские выставки и ярмарки	4	4	3	11

	Контроль (экзамен)				27
	Курсовая работа	-	-	-	36
	Всего	34	34	13	144

Для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Л	ПЗ	СРС	Всего
7 семестр					
Раздел 1. Разработка туристской деятельности					
1.	Разработка туристского продукта: понятие и сущность	2	2	-	4
2.	Этапы разработки туристского продукта	2	2	-	4
3.	Основные факторы и требования к разработке туристского продукта	2	2	-	4
4.	Генерация идей и бизнес-анализ как начальные этапы в разработке туристского продукта	2	2	-	4
5.	Маркетинговые исследования в целях разработки туристского продукта	2	2	-	4
6.	Бизнес-план по выведению турпродукта на рынок	2	3	-	5
7.	Проектирование туристского продукта	3	2	1	6
8.	Разработка нормативно-технической документации сопровождающий туристский продукт	2	2	1	5
8 семестр					
Раздел 2. Продвижение туристского продукта					
9.	Понятие продвижения туристского продукта. Способы продвижения туристского продукта	4	2	3	9
10.	Реклама в системе продвижения туристского продукта.	4	4	3	11
11.	Нерекламные способы продвижения туристского продукта	2	4	3	9
12.	Туристские выставки и ярмарки	2	2	3	7
	Контроль (экзамен)	-	-	-	36
	Курсовая работа	-	-	-	36
	Всего	29	29	14	144

6. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен

7. Практические занятия
Для очной формы обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1.	1	Свойства туристского продукта	2
2.	1	Стратегия разработки туристского продукта	2
3.	1	Организационные и нормативно-технические требования к разработке туристского продукта	2
4.	1	Генерация идей и бизнес-анализ в разработке туристского продукта*	2
5.	1	Маркетинговые исследования на туристском рынке*	2
6.	1	Бизнес-план: основные требования к составлению	4
7.	1	Проектирование туристского продукта: основные требования и реализация*	2
8.	1	Разработка нормативно-технической документации сопровождающий туристский продукт	2
9.	2	Отдельные способы продвижения туристского продукта	4
10.	2	Реклама как основной способ продвижения туристского продукта*	4
11.	2	Брендинг в туризме*	4
112.	2	Международные туристские: выставки: анализ итогов проведения*	4

**занятия в интерактивной форме*

Для очно-заочной формы обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1.	1	Свойства туристского продукта	2
2.	1	Стратегия разработки туристского продукта	2
3.	1	Организационные и нормативно-технические требования к разработке туристского продукта	2
4.	1	Генерация идей и бизнес-анализ в разработке туристского продукта*	2
5.	1	Маркетинговые исследования на туристском рынке*	2
6.	1	Бизнес-план: основные требования к составлению	3
7.	1	Проектирование туристского продукта: основные требования и реализация*	2
8.	1	Разработка нормативно-технической документации сопровождающий туристский продукт	2
9.	1	Отдельные способы продвижения туристского продукта	2
10.	2	Реклама как основной способ продвижения туристского продукта*	4
11.	2	Брендинг в туризме*	4
12.	2	Международные туристские: выставки: анализ итогов проведения*	2

**занятия в интерактивной форме*

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Технические средства: компьютеры, мониторы, звуковые колонки, радиосистемы, усилители, видео оборудование, проекторы Sony, экраны DRAPER.

Технические средства: компьютер, монитор, звуковые колонки Sven, проектор Casio, экран DRAPER.

9. Информационное обеспечение дисциплины

- 1) Windows 7 KMS Corp (OS, Windows),
- 2) MSOffice Professional Plus (Офисные приложения, MSOffice),
- 3) WinRAR Standard Licence (ПО, Разное),
- 4) АBBYY Lingvo x3 Европейская версия (ПО, АBBYY),
- 5) Test Studio (Ментор).
- 6) <http://lib.rudn.ru/> Электронная библиотечная система РУДН
- 7) <http://esystem.pfur.ru/> Телекоммуникационная учебно-информационная система РУДН;
- 8) <http://lib.rudn.ru/> Электронная библиотечная система РУДН

ресурсы сети Интернет:

- 9) <https://www.russiatourism.ru/> Федеральное агентство по туризму Министерство экономического развития Российской Федерации (РОСТУРИЗМ);
- 10) <https://www.gost.ru/portal/gost> Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. Росстандарт официальный сайт;
- 11) <http://www.consultant.ru/> КонсультантПлюс официальный сайт;
- 12) <http://www.garant.ru/> Гарант официальный сайт;
- 13) <https://kodeks.ru/> Кодекс официальный сайт;
- 14) <http://infolaw.su/> Журнал «Информационное право».

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Нормативно-правовые акты

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. N 195-ФЗ (КоАП РФ) (с изменениями и дополнениями) / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/

2. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
3. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями) / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
4. Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 N 184-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/
5. Федеральный закон «О стандартизации в Российской Федерации» от 29.06.2015 N 162-ФЗ (в последней редакции); http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181810/
6. Постановление Правительства РФ от 31.12.2004 № 901 «Об утверждении Положения о Федеральном агентстве по туризму» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51148/
7. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. N 2129-р О Стратегии развития туризма / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/
8. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг / ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг

а) основная литература:

1. Веткин Владимир Анатольевич. Технология создания массового турпродукта [Текст/электронный ресурс]: Учебно-методическое пособие / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. - 4-е изд., перераб. и доп.; Электронные текстовые данные. - М. : РУСАЙНС, 2019. - 248 с. : ил. - ISBN 978-5-4365-0320-2: 644.00.
2. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. <https://biblio-online.ru/book/marketing-v-turistskoy-industrii-450891>

б) дополнительная литература:

1. Дашкова, Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т.Л. Дашкова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 72 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02000-1; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823>

2. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация и классификация в туризме : практическое пособие / Г. М. Дехтярь. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-13510-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/448681>

3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций: учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/451797>

4. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/455113>

5. Левченко, Т.П. Устойчивое развитие туризма на территориях без выраженной туристской привлекательности: оценка и инструменты развития=Sustainable development of tourism in territories without obvious tourist attractiveness: assessment and development tools: монография / Т.П. Левченко, О.В. Конаныхина. - Москва : Креативная экономика, 2018. - 180 с.: табл., схем., граф. - Библиогр.: с. 162-172 - ISBN 978-5-91292-242-8; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498987>

6. Морозов, М. А. Экономика организации туризма: учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07403-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/454343>

7. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/454344>

8. Рассохина, Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 210 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12302-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/448693>

9. Реброва, Н.П. Территориальный маркетинг : учебное пособие / Н.П. Реброва; Финансовый университет при Правительстве РФ. - Москва : Прометей, 2018. - 141 с.: схем.

- Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-907003-29-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494923>

10. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450406>

11. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08449-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/451446>

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

1. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению дисциплины (Приложение 1).

2. Методические указания для подготовки обучающихся к практическим занятиям (Приложение 2).

3. Обеспечение доступности освоения программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (Приложение 3).

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

В данной рабочей программе фонд оценочных средств приводится в сокращении. Полный текст фонда оценочных средств содержится в Приложении 4.

Целью создания фонда оценочных средств (ФОС) является оценка персональных достижений обучающихся на соответствие их знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности поэтапным требованиям образовательной программы.

Задачи ФОС:

– контроль и управление процессом приобретения обучающимися необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ОС ВО РУДН;

– оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины с выделением положительных (или отрицательных) результатов;

– обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение

инновационных методов обучения в образовательный процесс.

Планируемые уровни оценки компетенции:

– **пороговый** уровень (как обязательный для всех обучающихся по завершении освоения образовательной программы), предполагает 51-68 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «удовлетворительно»;

– **продвинутый** уровень (превышение минимальных характеристик сформированности компетенции для выпускника), предполагает 69-85 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «хорошо»;

– **высокий** уровень (максимально возможная выраженность компетенции, ориентир для самосовершенствования), предполагает 86-100 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «отлично».

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, входящий в состав рабочей программы дисциплины, включает в себя:

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;

4. Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

Доцент кафедры

должность, название кафедры



Т.Ю. Крамарова

инициалы, фамилия

Руководитель программы

Зам. директора, к.пед.н.

должность, название кафедры



Л. В. Куклина

инициалы, фамилия