

## **СОГЛАСОВАНА**

решением Ученого совета  
АНО ВО «МБИ  
имени Анатолия Собчака»  
(протокол от «19» декабря 2024 г. № 6)

## **АКТУАЛИЗИРОВАНА**

решением Ученого совета  
АНО ВО «МБИ  
имени Анатолия Собчака»  
(протокол от «25» декабря 2025 г. № 7)

## **УТВЕРЖДЕНА**

приказом ректора  
АНО ВО «МБИ  
имени Анатолия Собчака»  
от «27» декабря 2024 г. № 56

## **УТВЕРЖДЕНА**

**актуализированная версия**  
приказом ректора  
АНО ВО «МБИ  
имени Анатолия Собчака»  
от «30» декабря 2025 г. № 59

### **Рабочая программа дисциплины «Современные формы ведения бизнеса»**

направление подготовки  
**43.03.03 Гостиничное дело**

направленность (профиль)  
**Управление в гостиничном бизнесе**

уровень образования  
**высшее образование - бакалавриат**

форма обучения  
**заочная**

год набора  
**2025**

Санкт-Петербург  
2024



**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат  
029D2AE30011B46997424A3587152A1CB0  
Действителен с 18.03.2026 по 18.06.2027  
Владелец АНО ВО "МБИ ИМЕНИ АНАТОЛИЯ  
СОБЧАКА"

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....                                                                                             | 3  |
| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ<br>ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ.....                                   | 3  |
| 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....                                                                        | 3  |
| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ* .....                                                                                   | 4  |
| 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....                                                          | 8  |
| 5.1 Рекомендуемая литература.....                                                                                             | 8  |
| 5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч.<br>отечественного производства ..... | 9  |
| 5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных<br>баз данных (СПБД) .....                 | 9  |
| 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....                                                                        | 9  |
| 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ                                                              | 9  |
| 8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С<br>ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....                        | 10 |

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Цель:</b> | сформировать у студентов системное понимание многообразия организационно-правовых, экономических и технологических форм ведения предпринимательской деятельности в современных условиях, развить навыки выбора и обоснования оптимальной формы бизнеса под конкретную предпринимательскую идею и рыночную ситуацию, а также выработать компетенции по проектированию и запуску бизнес-модели с учётом правовых, финансовых и отраслевых особенностей (в том числе применительно к сфере туризма и гостеприимства). |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДЭ.08.02 Современные формы ведения бизнеса относится к блоку элективных дисциплин.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Код и наименование компетенции выпускника                                                                                                                                                     | Код и наименование индикатора достижения компетенций                                                                                                                       | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-4<br>Способен применять современные технологии организации ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания, с использованием интернет-продвижения | ПК-4-1. Способен выбирать современные технологии формирования ценовой и сбытовой политики с учётом специфики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания. | <p><b>Знать:</b> основы брендинга в туризме и гостеприимстве (сущность бренда, архитектура бренда, позиционирование, идентичность, ценностное предложение), взаимосвязь бренда и ценовой/сбытовой политики (премиальность, дифференциация, восприятие ценности клиентом), современные технологии и инструменты формирования ценовой политики (динамическое ценообразование, ценовые сегменты, пакетные предложения, сезонные коэффициенты, loyalty-программы), каналы сбыта и дистрибуции в отрасли (прямые продажи, ОТА, турагентства, корпоративные контракты, маркетплейсы, соцсети), методы анализа целевой аудитории и сегментации рынка для настройки ценовой и сбытовой стратегии, отраслевые бенчмарки и конкурентные практики ценообразования и дистрибуции, влияние цифровых каналов и онлайн-репутации на восприятие цены и готовность к покупке, принципы согласования ценовой и сбытовой политики с бренд-позиционированием, нормативно-правовые аспекты взаимодействия с ОТА и партнёрами.</p> <p><b>Уметь:</b> выбирать и обосновывать оптимальную ценовую стратегию с учётом позиционирования бренда и специфики предприятия (отель, ресторан, туроператор, глэмпинг и др.), адаптировать технологии ценообразования под формат услуги, сезонность и целевые сегменты, выстраивать сбытовую политику и подбирать каналы дистрибуции, соответствующие позиционированию и охвату целевой аудитории, сопоставлять эффективность разных каналов сбыта по метрикам (CAC, конверсия, доля прямых бронирований, RevPAR по каналам), анализировать конкурентное окружение и рыночные тренды для корректировки ценовой и сбытовой модели, учитывать восприятие ценности и поведенческие паттерны гостей при формировании ценовых предложений, интегрировать программы лояльности и спецпредложения в общую ценовую и сбытовую стратегию, оценивать влияние изменений ценовой и сбытовой политики на имидж и восприятие бренда, согласовывать ценовые решения между подразделениями (маркетинг, продажи, фронт-офис, финансы), обосновывать управленческие решения по</p> |

|  |                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                                                                                         | <p>ценообразованию и каналам сбыта с опорой на данные и метрики.</p> <p><b>Владеть навыками:</b> работы с инструментами динамического ценообразования и системами управления доходностью (RMS, PMS-модули), расчёта и интерпретации ключевых метрик эффективности ценовой и сбытовой политики (ADR, RevPAR, Occupancy, доля прямых продаж, конверсия по каналам, CAC, ROMI), анализа рыночной позиции и конкурентного ценообразования (сбор цен конкурентов, мониторинг паритета, бенчмаркинг по сегментам), подбора и оценки каналов сбыта с учётом специфики бренда и целевой аудитории, настройки пакетных и персонализированных предложений (сезонные пакеты, корпоративные тарифы, loyalty-тарифы), построения финансовых моделей для оценки эффекта от изменения ценовой политики (сценарии, чувствительность, точка безубыточности), подготовки аналитических отчётов и презентаций по ценовой и сбытовой стратегии для руководства, использования CRM и систем бронирования для сегментации гостей и адресного ценообразования, координации взаимодействия подразделений при внедрении и корректировке ценовой и сбытовой политики, работы с отзывами и метриками онлайн-репутации (NPS, CSI, рейтинги) для корректировки восприятия ценности, применения маркетинговых и аналитических инструментов (Яндекс Метрика, Google Analytics, BI-дашборды) для оценки эффективности каналов сбыта, оформления управленческих решений и дорожных карт по внедрению и мониторингу ценовой и сбытовой политики в соответствии с бренд-стратегией.</p> |
|  | <p>ПК-4.2. Способен использовать инструменты интернет-продвижения для реализации сбытовой стратегии и повышения эффективности продаж в сфере гостеприимства и общественного питания</p> | <p><b>Знать:</b> основные каналы интернет-продвижения в сфере гостеприимства и питания (агрегаторы/OTA, соцсети, контекстная и таргетированная реклама, email- и мессенджер-рассылки, ретаргетинг, SEO, инфлюенс-маркетинг), взаимосвязь брендинга, сбытовой стратегии и цифровых каналов продвижения, ключевые метрики эффективности онлайн-продаж и продвижения (CTR, CPC, CAC, LTV, конверсия, ROMI, доля прямых бронирований), инструменты автоматизации и сквозной аналитики для контроля результатов (CRM, PMS, BI-системы, веб-аналитика), отраслевую специфику поведения целевой аудитории в цифровой среде (паттерны поиска, выбор по отзывам и рейтингам, влияние визуала), правила работы с OTA и агрегаторами (паритет цен, условия контрактов, комиссии), принципы омниканальности и синхронизации сообщений бренда по каналам, нормативные требования к рекламе и обработке персональных данных, лучшие практики цифрового брендинга в туризме и гостеприимстве (кейсы, отраслевые бенчмарки).</p> <p><b>Уметь:</b> подбирать и комбинировать цифровые каналы продвижения под цели сбытовой стратегии и позиционирование бренда, настраивать воронку продаж и распределять бюджет между каналами с учётом ожидаемой окупаемости, интегрировать данные о бронированиях и выручке с показателями рекламных кампаний для сквозной оценки эффективности, интерпретировать аналитику и корректировать тактику продвижения на основании метрик, выстраивать коммуникацию в каналах так, чтобы она</p>                                        |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>поддерживала и усиливала бренд-позиционирование, планировать промо-механики и спецпредложения для разных сегментов аудитории (бизнес-гости, туристы, локальные клиенты), согласовывать действия маркетинга, продаж и фронт-офиса для единого клиентского опыта, оценивать влияние изменений в продвижении на ключевые финансовые показатели (ADR, RevPAR, GOP), обосновывать эффективность вложений в продвижение расчётами ROMI и SAC, учитывать сезонность, событийный календарь и локальные особенности при планировании кампаний.</p> <p><b>Владеть навыками:</b> работы с CRM, PMS и системами бронирования для синхронизации данных и сегментации гостей, настройки и мониторинга рекламных кампаний в цифровых каналах (Яндекс Директ, VK Реклама, MyTarget, Google Ads, TikTok и др.), использования инструментов веб-аналитики и сквозной аналитики (Яндекс Метрика, Google Analytics, UTM-разметка, трекинг конверсий), построения отчётов и дашбордов по эффективности продвижения и их связи с выручкой и KPI, проведения A/B-тестов промо-креативов, посадочных страниц и механик с оценкой экономического эффекта, расчёта и анализа ключевых метрик (CAC, LTV, ROMI, конверсия по каналам, доля онлайн-продаж), работы с отзывами, рейтингами и онлайн-репутацией как частью продвижения (отработка негатива, сбор отзывов, работа с карточками на геосервисах), настройки email- и мессенджер-рассылок, ретаргетинга и триггерных сценариев под сегменты гостей, подготовки аналитических справок и презентаций для обоснования решений по интернет-продвижению, координации взаимодействия подразделений (маркетинг, продажи, фронт-офис, финансы) при реализации сбытовой стратегии, применения инструментов автоматизации (чат-боты, автоворонки, шаблоны писем) для повышения конверсии и снижения SAC, работы с OTA и агрегаторами (управление контентом, акциями, паритетом цен), использования отраслевых бенчмарков и конкурентного анализа для корректировки тактики продвижения, оформления управленческих решений и дорожных карт по внедрению и мониторингу интернет-продвижения в рамках сбытовой стратегии.</p> |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ\*

| Номер и наименование темы/или разделов/тем                                               | Содержание дисциплины                                                                                                                            | Объем дисциплины (академические часы) |    |    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----|----|-----|
|                                                                                          |                                                                                                                                                  | Контактная работа                     |    |    | СРО |
|                                                                                          |                                                                                                                                                  | ЗЛТ                                   | ПЗ | ЛР |     |
| Тема 1. Сущность современного бизнеса, его роль в экономике, цели и перспективы развития | Закономерности развития бизнеса в России, значение бизнеса для государства.                                                                      | 2                                     | 2  |    | 23  |
| Тема 2. Организационные основы бизнеса в РФ и мире                                       | Классификация форм и видов бизнеса, государственная поддержка бизнеса варианты организации бизнеса, выбор организационной структуры предприятия. | 2                                     | 2  |    | 23  |

| Номер и наименование темы/или разделов/тем                         | Содержание дисциплины                                                                                                                                                                                                                                              | Объем дисциплины (академические часы) |          |    |           |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------|----|-----------|
|                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                    | Контактная работа                     |          |    | СРО       |
|                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                    | ЗЛТ                                   | ПЗ       | ЛР |           |
| Тема 3. Брендинг как концепция управления туристскими территориями | Понятие брендинга, его основные формы. Знаменитые мировые бренды. Исследования маркетинговых коммуникаций предприятий сферы туризма и гостеприимства. Анализ медиапредпочтений потребителей услуг. Информационная система обеспечения территориального маркетинга. | 2                                     | 2        |    | 23        |
| Тема 4. Брендовая стратегия                                        | Процесс формирования бренда, характеристика основных этапов. Международный и отечественный опыт формирования успешных территориальных брендов                                                                                                                      | 2                                     | 2        |    | 23        |
| <b>Форма аттестации (зачет):</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                       |          |    |           |
| <b>Всего по дисциплине:</b>                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>8</b>                              | <b>8</b> |    | <b>92</b> |

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1 Рекомендуемая литература

| Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)                                                                                                                                                                                                | Электронные ресурсы                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08683-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:            | <a href="https://urait.ru/bcode/587449">https://urait.ru/bcode/587449</a> |
| Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебник для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: | <a href="https://urait.ru/bcode/561544">https://urait.ru/bcode/561544</a> |
| Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебник для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:                                        | <a href="https://urait.ru/bcode/589101">https://urait.ru/bcode/589101</a> |

### 5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- LibreOffice
- Офисное приложение - Р7-Офис;
- Антивирус - Kaspersky Endpoint Security;

### 5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

| №  | Наименование СПБД/ ИСС                                                                                    |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Электронная библиотека Юрайт - <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>                          |
| 2. | Научная электронная библиотека eLIBRARY – <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>            |
| 3. | Научная электронная библиотека КиберЛеника – <a href="http://www.cyberleninka.ru">www.cyberleninka.ru</a> |
| 4. | База данных ПОЛПРЕД Справочники – <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>                    |
| 5. | Электронная библиотека Grebennikon.ru – <a href="http://www.grebennikon.ru">www.grebennikon.ru</a>        |
| 6. | Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ - <a href="https://www.garant.ru/">https://www.garant.ru/</a>     |

## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

**Аудитория для проведения занятий лекционного типа** Специализированная мебель, учебно-наглядные пособия и технические средства обучения: динамики, проектор, экран, ноутбук/ПК

**Аудитория для проведения занятий семинарского типа**

Специализированная мебель для деловых игр, наборы демонстрационного оборудования, макеты, наглядные учебные пособия. Технические средства обучения: системный блок, монитор, клавиатура, мышь, телевизор.

## **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям, обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения, обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций, дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- мета навыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институт обеспечивает:

— для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

— для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.