

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 "Уральский государственный университет путей сообщения"
 (ФГБОУ ВО УрГУПС)

Б1.Б.Д.18 Маркетинг в туризме

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Управление в социальных и экономических системах, философия и история		
Учебный план	43.03.02 ТМ-2021.plx Направление подготовки 43.03.02 Туризм		
Направленность (профиль)	Туризм		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Объем дисциплины (модуля)	4 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	144	Часов контактной работы всего, в том числе:	57,85
в том числе:		аудиторная работа	54
аудиторные занятия	54	текущие консультации по практическим занятиям	3,6
самостоятельная работа	90	прием зачета с оценкой	0,25
Промежуточная аттестация и формы контроля:			
зачет с оценкой 5			

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	18			
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	90	90	90	90
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цель дисциплины - освоение теоретических и практических знаний, умений и навыков работы в условиях рыночной экономики; основ дисциплины для принятия квалифицированных маркетинговых решений; изучение основ маркетингового подхода в коммерческой деятельности в целях реагирования и адаптации к динамичной рыночной среде; эффективное использование набора маркетинговых приемов и инструментов для решения поставленных целей и задач организации.
1.2	Задачи дисциплины: формирование представлений о стратегической роли маркетинга в управлении современным туристическим предприятием; знания влияния маркетинговой среды на предпринимательскую деятельность; изучение особенностей маркетинга в туристской индустрии; формирование умений в сфере планирования товарного ассортимента, в том числе, в долгосрочной перспективе; формирование навыков владения методикой организации каналов распределения продукции и ее эффективного продвижения по данным каналам; освоение маркетинговых исследований и политики ценообразования в маркетинге.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОП

Цикл (раздел) ОП:	Б1.Б.Д
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: Проектная деятельность, Технология работы с клиентами. Обучающийся должен знать основы организации деятельности в современной туристской индустрии в рамках процесса оказания услуг; место и роль туризма в мире; историю развития и становления туризма, как одного из динамично развивающихся видов деятельности; принципы подготовки к работе с клиентами, приемы убеждения и влияния продавца на принятие клиентом решения о покупке; технологии и общие закономерности системы работы с клиентами; уметь обеспечивать требуемое качество процессов оказания туристских услуг; исследовать положение туристской отрасли в системе отраслей хозяйства, составляющих туристской индустрии; применять технологии обслуживания клиентов с использованием современных информационно-коммуникативных технологий; проводить переговоры; организовывать послепродажное обслуживание клиентов, создавать клиентскую базу и работать с ней; владеть навыками определения порядка организации деятельности основных резидентов, действующих на туристском рынке; соблюдения туристских формальностей, обеспечения безопасности и комфорта туристов, разработки и организации туристских маршрутов; навыками продвижения туристского продукта; навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта	
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Маркетинговые исследования в туризме Производственная практика (Проектно-технологическая практика)	

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта
ОПК-4.2: Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
ОПК-4.1: Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	принципы работы в условиях рыночной экономики; основы маркетингового подхода в коммерческой деятельности в целях реагирования и адаптации к динамичной рыночной среде; стратегическую роль маркетинга в управлении современным туристическим предприятием, влияние маркетинговой среды на предпринимательскую деятельность; особенности маркетинга в туристской индустрии
3.2 Уметь:	
3.2.1	эффективно использовать набор маркетинговых приемов и инструментов для решения поставленных целей и задач организации; планировать товарный ассортимент, в том числе, в долгосрочной перспективе; принимать квалифицированных маркетинговые решения
3.3 Владеть:	
3.3.1	методикой организации каналов распределения продукции и ее эффективного продвижения по данным каналам; навыками проведения маркетинговых исследований и политики ценообразования в маркетинге.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов (академических)	Компетенции	Литература	Активные формы
	Раздел 1. Сущность и содержание маркетинга					

1.1	Сущность и содержание маркетинга. Принципы работы в условиях рыночной экономики; основы маркетингового подхода в коммерческой деятельности в целях реагирования и адаптации к динамичной рыночной среде. Стратегическая роль маркетинга в управлении современным туристическим предприятием /Лек/	5	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.2	Удовлетворение потребностей покупателей на рынке услуг. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса. Особенности маркетинга в туристской индустрии /Пр/	5	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	Групповая работа, разбор кейсов и практических ситуаций
1.3	Самостоятельное изучение теоретического материала по темам: Эволюция маркетинга. Маркетинговая среда предприятий сферы туризма /Ср/	5	5	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 2. Маркетинговые исследования и информация						
2.1	Маркетинговые исследования и информация. Влияние маркетинговой среды на предпринимательскую деятельность /Лек/	5	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
2.2	Анализ ошибок в маркетинговом исследовании. Расчет структуры выборки /Пр/	5	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	Групповая работа, решение задач
2.3	Самостоятельное изучение теоретического материала по теме: Разработка анкеты, проведение опроса /Ср/	5	14	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 3. Товарная политика						
3.1	Товарная политика. Планирование товарного ассортимента, в том числе, в долгосрочной перспективе /Лек/	5	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
3.2	Классификация товаров и услуг. Структура товарной номенклатуры турфирмы. Интегральный показатель конкурентоспособности услуг /Пр/	5	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	Групповая работа, разбор кейсов и практических ситуаций
3.3	Самостоятельное изучение теоретического материала по темам: Управление ассортиментом на основе величины маржинальной прибыли. Расчет стоимости торговой марки /Ср/	5	5	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 4. Сегментация рынка и позиционирование товаров						

4.1	Сегментация туристских рынков и позиционирование товаров на них /Лек/	5	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
4.2	Сегментация рынка по трем критериям. Карта позиционирования. /Пр/	5	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	Групповая работа, разбор кейсов и практических ситуаций
4.3	Самостоятельное изучение теоретического материала по теме: Примеры позиционирования услуг в туризме /Ср/	5	5	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 5. Ценообразование в маркетинге						
5.1	Политика ценообразования в маркетинге /Лек/	5	1	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
5.2	Решение задач по теме ценообразование. Особенности ценообразования в туризме /Пр/	5	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	Групповая работа, решение задач на освоение методики
5.3	Решение задач по ценообразованию /Ср/	5	10	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 6. Распределение товаров и товародвижение						
6.1	Распределение товаров и товародвижение. Методика организации каналов распределения продукции и ее эффективного продвижения по данным каналам /Лек/	5	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
6.2	Построение схем каналов товародвижения. Выбор каналов распределения с учетом объемов продаж /Пр/	5	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	Групповая работа, разбор кейсов и практических ситуаций
6.3	Определение оптимального числа торговых представителей компании. Работа над кейсом. /Ср/	5	8	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 7. Управление маркетингом						
7.1	Управление маркетингом. Использование набора маркетинговых приемов и инструментов для решения поставленных целей и задач организации /Лек/	5	3	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	

7.2	Построение организационной структуры отдела маркетинга. Выбор маркетинговой стратегии на основе дерева вероятностей. Принятие квалифицированных маркетинговых решений /Пр/	5	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	Групповая работа, разбор кейсов и практических ситуаций
7.3	Анализ основных элементов и этапов плана маркетинга. Работа над кейсом. /Ср/	5	10	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
Раздел 8. Продвижение товара						
8.1	Продвижение товаров и услуг на предприятиях туризма /Лек/	5	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
8.2	Выбор формы маркетинговых коммуникаций. Особенности рекламы в индустрии туризма, ее виды. Рекламные кампании. Планирование рекламной деятельности туристского предприятия /Пр/	5	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	Групповая работа, разбор кейсов и практических ситуаций
8.3	Составление сводной таблицы по формам продвижения товаров и услуг. Самостоятельное изучение теоретического материала на тему: "Этические, моральные принципы рекламной деятельности, международные кодексы рекламы". /Ср/	5	5	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
8.4	Рекламное обращение. Средства распространения рекламы /Лек/	5	1	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
8.5	Разработка и анализ рекламного обращения. Разработка рекламного обращения определенного вида: для размещения в прессе; на радио; на телевидении; рекламной продукции; наружной рекламы; рекламы в Интернете /Пр/	5	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	Групповая работа, разбор кейсов и практических ситуаций
8.6	Анализ рекламных обращений и средств распространения рекламы в турфирмах г. Екатеринбурга /Ср/	5	12	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
8.7	Разработка рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности /Лек/	5	1	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
8.8	Разработка проекта рекламного бюджета туристического предприятия. Решение задач по оценке экономической и социальной эффективности рекламной деятельности /Пр/	5	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	Групповая работа, решение задач

8.9	Решение задач по оценке эффективности рекламной деятельности /Ср/	5	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э2 Э3	
8.10	Подготовка к тестированию. Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	5	12	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Фонд оценочных материалов по дисциплине, состоящий из ФОМ для текущего контроля и проведения промежуточной аттестации обучающихся, разрабатывается по каждой дисциплине и хранится на кафедре. Оценочные материалы дублируются на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Фонд оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), включая порядок проведения промежуточной аттестации, систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок, примеры типовых заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков, используемых для промежуточной аттестации по дисциплине, приведен в приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

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

6.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1.1. Основная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л1.1	Марущак Т. Б.	Маркетинг в туризме: курс лекций для студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм» очной формы обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2020	http://biblioserver.usurt.ru
Л1.2	Абабков Ю. Н., Абабкова М. Ю.	Маркетинг в туризме: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020	http://znanium.com

6.1.2. Дополнительная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.1	Абабков, Филиппова, Абабкова, Богданов Е. И.	Реклама в туризме: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2012	http://znanium.com
Л2.2	Дурович А. П.	Маркетинг в туризме: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015	http://znanium.com
Л2.3	Егоров Ю. Н.	Управление маркетингом: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015	http://znanium.com
Л2.4	Зайцев А.Г., Такмакова Е.В.	Маркетинговые исследования: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2018	http://znanium.com

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л3.1	Марущак Т. Б.	Маркетинг в туризме: практикум для студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2020	http://biblioserver.usurt.ru

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л3.2	Марущак Т. Б.	Маркетинг в туризме: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм» очной формы обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2020	http://biblioserver.usurt.ru
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)				
Э1	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn - http://bb.usurt.ru/			
Э2	Энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru .			
Э3	Гильдия маркетологов - https://www.marketologi.ru/			
Э4	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». // www.dis.ru/market/			
6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем				
6.3.1 Перечень программного обеспечения				
6.3.1.1	Неисключительные права на ПО Windows			
6.3.1.2	Неисключительные права на ПО Office			
6.3.1.3	Программное обеспечение компьютерного тестирования АСТ			
6.3.1.4	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных				
6.3.2.1	База данных Федеральной службы государственной статистики			
6.3.2.2	Автоматизированная система правовой информации на железнодорожном транспорте АСПИ ЖТ (профессиональная БД)			
6.3.2.3	Национальный туристический портал Федерального агентства по туризму			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	
Назначение	Оснащение
Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная мебель Демонстрационное оборудование - Комплект мультимедийного оборудования Учебно-наглядные пособия - презентационные материалы
Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель
Компьютерный класс - Учебная аудитория для проведения практических (занятий семинарского типа) и лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования
Компьютерный класс - Учебная аудитория для самостоятельной работы студентов	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, предусмотренным пунктом 6.3.1 РПД, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Читальный зал Информационно-библиотечного центра ИБК УрГУПС - Аудитория для самостоятельной работы	Специализированная мебель Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Центр тестирования - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель Моноблоки с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Компьютерный класс -	Специализированная мебель

Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
---	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Эффективное освоение дисциплины предполагает регулярное посещение всех видов аудиторных занятий, выполнение плана самостоятельной работы в полном объеме и прохождение аттестации в соответствии с календарным учебным графиком.

Обучающемуся рекомендуется ознакомиться со списком основной и дополнительной литературы и взять в библиотеке издания (необходимо иметь при себе персонифицированную электронную карту и уметь пользоваться электронным каталогом «ИРБИС»).

Доступ к информационным ресурсам библиотеки и информационно-справочным системам сети «Интернет» организован в читальных залах библиотеки, в компьютерных классах, в помещениях для самостоятельной работы обучающихся со стационарных ПЭВМ, либо с личного ПЭВМ (ноутбука, планшетного компьютера или иного мобильного устройства) посредством беспроводного доступа при активации индивидуальной учетной записи.

Пользование информационными ресурсами расширяет возможности освоения теоретического курса, выполнения самостоятельной работы и позволяет получить информацию для реализации творческих образовательных технологий. Комплект учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины (модуля), размещен на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Методические материалы, разработанные для обеспечения образовательного процесса представлены в электронном каталоге УрГУПС.

Для закрепления теоретического материала в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru) размещены тестовые материалы. Число тренировочных попыток ограничено. Тестовые материалы сформированы в логической последовательности в соответствии с изученными темами. Совместная деятельность преподавателя и обучающихся организована в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru). Для корректной работы в системе обучающиеся в разделе "Личные сведения" должны ввести актуальный адрес своей электронной почты. Формы самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине разнообразны. Они включают в себя:

- изучение теоретического материала (учебной, научной, методической литературы, материалов периодических изданий);
- подготовку к занятиям, предусмотренным РПД, мероприятиям текущего контроля, промежуточной аттестации и т.д.

Выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам обучающийся должен в соответствии с календарным планом изучения дисциплины, видами и сроками отчетности.

При выполнении самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется руководствоваться учебно-методическими материалами, размещенными на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), а также учебно-методическими материалами, которые указаны для самостоятельной работы по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины (модуля)".

Перечень учебно-методических материалов (учебно-методического обеспечения) для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине указан по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины (модуля)", материалы размещены на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru).

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения освоение дисциплины (модуля) осуществляется в электронно-информационной образовательной среде (образовательная платформа электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru)) в рамках созданного курса, что позволяет реализовывать асинхронное и синхронное взаимодействие участников образовательных отношений.