

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и сервиса

Кафедра маркетинга, сервиса и туризма

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

**по изучению дисциплины**

**«Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж»**

**для студентов всех форм обучения**

**направления подготовки магистров 43.04.03 Гостиничное дело  
программа магистратуры Гостиничная деятельность**

Майкоп, 2020 г.

УДК [159.923.2+658.8](07)  
ББК 88.5  
М 54

Печатается по решению НМС направления подготовки 43.04.03 Гостиничное дело

Составитель: доцент, канд. филол. наук Чич Р.Ш.

Рецензент: доцент, канд. экон. наук Кумпилова А.Р.

Методические указания по изучению дисциплины «Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж» для студентов всех форм обучения направления подготовки магистров 43.04.03 Гостиничное дело, программа магистратуры Гостиничная деятельность – Составитель: Чич Р.Ш. – Майкоп, ФГБОУ ВО «МГТУ», 2020. – 26с.

Методические указания составлены в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело и учебным планом ФГБОУ ВО «МГТУ».

Издание включает перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, данные о трудоемкости дисциплины, краткое содержание разделов курса, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине, информацию об учебно-методическом и информационном обеспечении дисциплины, методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |    |
|--|----|
| 1. Цели и задачи учебной дисциплины  | 4  |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП по направлению подготовки   | 4  |
| 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы  | 4  |
| 4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины   | 5  |
| 5. Структура и содержание дисциплины   | 6  |
| 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине  | 12 |
| 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине  | 13 |
| 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины   | 21 |
| 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины  | 23 |
| 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем | 25 |
| 11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине  | 25 |

## **1. Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью** изучения учебной дисциплины «Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж» является овладение компетенциями в области продаж и повышение уровня психологических и коммуникативных знаний и умений в сфере деловых коммуникаций в гостиничном сервисе.

**Задачи** учебной дисциплины:

- основных понятий и категорий деловых коммуникаций;
- основных форм и видов деловых коммуникаций, их специфику, правила и приёмы организации эффективного взаимодействия партнёров;
- правил этикета в отношении делового общения для повышения эффективности продаж,
- конфликтов в процессе делового общения, основных стратегий поведения в конфликтной ситуации с целью определения эффективности применения различных стратегий в зависимости от ситуации.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП по направлению подготовки**

Дисциплина «Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

Курс «Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж» основан на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин как «Современные коммуникационные технологии межкультурного взаимодействия в сфере гостеприимства», «Самоорганизация и технологии профессионально-личностного роста», «Управление персоналом организаций сферы гостеприимства и общественного питания», «Организационные структуры предприятий индустрии гостеприимства», «Управление процессами деятельности в сфере гостеприимства» и др.

Дисциплина «Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж» является предшествующей для следующих дисциплин: «Экономика организаций сферы гостеприимства и общественного питания: стратегический уровень», «Стратегическое и программно-целевое управление в сфере гостеприимства и общественного питания», «Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы гостеприимства», «Инновационные технологии в сфере гостеприимства и общественного питания», «Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства» и др.

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП**

В процессе освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

**УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия**

Индикаторы достижения компетенции:

УК-4.1. Осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке

УК-4.2. Переводит академические и профессиональные тексты с иностранного языка или на иностранный язык

УК-4.3. Способен выстраивать стратегию общения с партнерами, в том числе зарубежными в соответствии с нормами межкультурной коммуникации

**ПКУВ-3. Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного**

## питания

Индикаторы достижения компетенции:

ПКУВ-3.1. Определяет перспективность инноваций, оценивает их эффективность и разрабатывает мероприятия по их внедрению на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания;

ПКУВ-3.3. Применяет современные информационно-коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основные понятия и категории деловых коммуникаций, специфику основных форм делового общения, основные требования, предъявляемые к участникам деловых коммуникаций, приводящих к эффективным продажам, сущность и источники возникновения конфликтов в организации, их основные типы и стратегии разрешения конфликтных ситуаций (УК-4, ПКУВ-3);

**уметь:** задавать вопросы и парировать замечания собеседника в процессе делового общения с целью повышения эффективности продаж, подготовиться к проведению и участию в деловом общении различных форм, соблюдать требования корпоративной этики, определять природу и тип конфликта, возникающего в процессе деловых коммуникаций (УК-4, ПКУВ-3);

**владеть:** методикой проведения деловых бесед, деловых совещаний, деловых переговоров, навыками эффективного слушания, приемами располагать к себе собеседника, навыками выражения своих мыслей и мнения в процессе делового общения (УК-4, ПКУВ-3).

## 4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

| Вид учебной работы  | Всего часов/з.е.  | Семестры          |  |  |
|---|-------------------|-------------------|--|--|
|   |                   | 2                 |  |  |
| <b>Контактные часы (всего)</b>  | 26,25/0,72        | 26,25/0,72        |  |  |
| В том числе:  |                   |                   |  |  |
| Лекции (Л)  | 13/0,36           | 13/0,36           |  |  |
| Практические занятия (ПЗ)   | 13/0,36           | 13/0,36           |  |  |
| Лабораторные работы (ЛР)  | -                 | -                 |  |  |
| Контактная работа в период аттестации (КРАТ)                                  | 0,25/0,01         | 0,25/0,01         |  |  |
| Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)                   | -                 | -                 |  |  |
| <b>Самостоятельная работа (СР) (всего)</b>                                    | <b>81,75/2,28</b> | <b>81,75/2,28</b> |  |  |
| В том числе:  |                   |                   |  |  |
| Расчетно-графические работы   | -                 | -                 |  |  |
| Реферат   | 21,75/0,60        | 21,75/0,60        |  |  |
| <i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i> |                   |                   |  |  |
| 1. Составление плана-конспекта  | 20/0,55           | 20/0,55           |  |  |
| 2. Обсуждение докладов  | 20/0,55           | 20/0,55           |  |  |
| 3. Подготовка ответов на вопросы  | 20/0,55           | 20/0,55           |  |  |
| Курсовой проект (работа)  | -                 | -                 |  |  |
| <b>Контроль (всего)</b>   | -                 | -                 |  |  |
| Форма промежуточной аттестации: <b>зачет</b>                                  | -                 | -                 |  |  |

|                           |              |              |  |  |
|---------------------------|--------------|--------------|--|--|
| <b>Общая трудоемкость</b> | <b>108/3</b> | <b>108/3</b> |  |  |
|---------------------------|--------------|--------------|--|--|

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.  
Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)

| Вид учебной работы  | Всего часов/з.е. | Семестры         |  |  |
|---|------------------|------------------|--|--|
|   |                  | 3                |  |  |
| <b>Контактные часы (всего)</b>  | <b>18,25/0,5</b> | <b>18,25/0,5</b> |  |  |
| В том числе:  |                  |                  |  |  |
| Лекции (Л)  | 8/0,22           | 8/0,22           |  |  |
| Практические занятия (ПЗ)   | 10/0,28          | 10/0,28          |  |  |
| Лабораторные работы (ЛР)  | -                | -                |  |  |
| Контактная работа в период аттестации (КРАТ)                                  | 0,25/0,01        | 0,25/0,01        |  |  |
| Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)                   |                  |                  |  |  |
| <b>Самостоятельная работа (СР) (всего)</b>                                    | <b>86/2,38</b>   | <b>86/2,38</b>   |  |  |
| В том числе:  |                  |                  |  |  |
| Расчетно-графические работы   | -                | -                |  |  |
| Реферат   | 26/0,72          | 26/0,72          |  |  |
| <i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i> |                  |                  |  |  |
| 1. Составление плана-конспекта  | 20/0,55          | 20/0,55          |  |  |
| 2. Обсуждение докладов  | 20/0,55          | 20/0,55          |  |  |
| 3. Подготовка ответов на вопросы  | 20/0,55          | 20/0,55          |  |  |
| Курсовой проект (работа)  | -                | -                |  |  |
| <b>Контроль (всего)</b>   | <b>3,75/0,10</b> | <b>3,75/0,10</b> |  |  |
| Форма промежуточной аттестации: <b>зачет</b>                                  |                  |                  |  |  |
| <b>Общая трудоемкость</b>   | <b>108/3</b>     | <b>108/3</b>     |  |  |

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

| № п/п     | Раздел дисциплины  | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах) |    |      |     |          |   | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)<br>Форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|-----------|--|-----------------|--|----|------|-----|----------|---|---|
|           |  |                 | Л  | ПЗ | КРАТ | СРП | Контроль | СР  |   |
| 2 семестр |  |                 |  |    |      |     |          |   |   |
| 1.        | Тема 1. Предмет и задачи дисциплины:<br>Деловые коммуникации в гостиничном сервисе<br>Виды делового общения, их характеристика | 1-3             | 2  | 2  | -    | -   | 20       | Блиц-опрос<br>Обсуждение докладов<br>Тест |   |

|    |  |       |    |    |      |     |       |   |   |
|----|--|-------|----|----|------|-----|-------|---|---|
| 2. | Тема 2. Теории личности в современной психологии Типология личности по З. Фрейду, К.Г.Юнгу, Э. Фромму, К. Хорни и др. теоретикам, ее значение для понимания партнеров в процессе общения | 4-6   | 2  | 2  | -    | -   | 20    | Блиц-опрос<br>Обсуждение докладов<br>Тест |   |
| 3. | Тема 3. Типы лидеров и особенности их поведения  | 7-8   | 2  | 2  | -    | -   | 10    | Блиц-опрос<br>Обсуждение докладов<br>Тест |   |
| 4. | Тема 4. Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства   | 9-11  | 2  | 2  | -    | -   | 20    | Блиц-опрос<br>Обсуждение докладов<br>Тест |   |
| 5. | Тема 5. Работа менеджера по продажам с клиентами и повышение эффективности продаж  | 12-13 | 5  | 5  | -    | -   | 11,75 | Блиц-опрос<br>Обсуждение докладов<br>Тест |   |
| 6. | Промежуточная аттестация   | -     | -  | -  | 0,25 | -   | -     | зачет                                     |   |
| 7. | Итого за семестр:  | -     | 13 | 13 | 0,35 | 2,5 | 35,65 | 81,75                                     | - |

## 5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

| № п/п            | Раздел дисциплины  | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах) |    |      |     |          |    |
|------------------|--|--|----|------|-----|----------|----|
|                  |  | Л  | ПЗ | КРАТ | СРП | Контроль | СР |
| <b>3 семестр</b> |  |  |    |      |     |          |    |
| 1.               | Тема 1. Предмет и задачи дисциплины: Деловые коммуникации в гостиничном сервисе Виды делового общения, их характеристика   | 2  | 2  | -    | -   | -        | 20 |
| 2.               | Тема 2. Теории личности в современной психологии Типология личности по З. Фрейду, К.Г.Юнгу, Э. Фромму, К. Хорни и др. теоретикам, ее значение для понимания партнеров в процессе общения | 2  | 2  | -    | -   | -        | 20 |
| 3.               | Тема 3. Типы лидеров и особенности их поведения  | 2  | 2  | -    | -   | -        | 20 |
| 4.               | Тема 4. Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства   | 1  | 2  | -    | -   | -        | 10 |
| 5.               | Тема 5. Работа менеджера по продажам с клиентами и повышение эффективности продаж  | 1  | 2  | -    | -   | -        | 16 |

|    |                                 |   |    |      |     |      |    |
|----|---------------------------------|---|----|------|-----|------|----|
| 8. | Промежуточная аттестация: зачет | - | -  | 0,25 | -   | -    | -  |
| 9. | Итого за семестр:               | 8 | 10 | 0,25 | 2,2 | 3,75 | 86 |



5.3. Содержание разделов дисциплины «Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж», образовательные технологии  
Лекционный курс

| № п/п | Наименование темы дисциплины  | Трудоемкость (часы / зач. ед.) |        | Содержание  | Формируемые компетенции | Результаты освоения (знать, уметь, владеть)  | Образовательные технологии   |
|-------|---|--------------------------------|--------|---|-------------------------|--|--|
|       |   | ОФО                            | ЗФО    |   |                         |  |  |
| 1.    | Тема 1. Предмет и задачи дисциплины: Деловые коммуникации в гостиничном сервисе | 2/0,05                         | 2/0,05 | Понятие предмета и объекта психологии делового общения. Виды делового общения, их характеристика. Понятие общения, систематизация основных видов коммуникаций.  | УК-4<br>ПКУВ-3          | <b>Знать:</b> цели и задачи дисциплины<br><b>Уметь:</b> называть задачи деловых коммуникаций<br><b>Владеть:</b> понятийным аппаратом дисциплины  | Составление плана-конспекта<br>Лекция-презентация                                  |
| 2.    | Тема 2. Теории личности в современной психологии                                | 2/0,05                         | 2/0,05 | Теории личности в контексте воздействия основных факторов, детерминирующих поведение человека в процессе коммуникаций. Типология личности по Фрейду, К.Г.Юнгу, А. Адлеру, Э. Фромму, К. Хорни и др., их значение для понимания партнеров в процессе общения | УК-4<br>ПКУВ-3          | <b>Знать:</b> понятия эффективного взаимодействия с клиентами, «услуга», «клиентоориентированность».<br><b>Уметь:</b> характеризовать современное состояние и перспективы развития методов сервисной деятельности в туризме.<br><b>Владеть:</b> навыками оценки эффективного взаимодействия. | Составление плана-конспекта<br>Лекция-презентация<br>Интерактивные методы обучения |
| 3.    | Тема 3. Типы лидеров и особенности их поведения                                 | 2/0,05                         | 2/0,05 | Подробный анализ лидеров различного типа личности, изучаются их особенности руководства и своеобразие деятельности в процессе делового взаимодействия.  | УК-4<br>ПКУВ-3          | <b>Знать:</b> основные аспекты психология обслуживания клиентов;<br><b>Уметь:</b> применять стратегии обслуживания клиентов на предприятиях индустрии туризма.<br><b>Владеть:</b> навыками применения современных стандартов   | Составление плана-конспекта<br>Лекция-презентация<br>Интерактивные методы обучения |

|    |   |         |        |   |                |  |   |
|----|---|---------|--------|---|----------------|--|---|
|    |   |         |        |   |                | обслуживания клиентов.   |   |
| 4. | Тема 4. Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства                  | 2/0,05  | 1/0,03 | Характеристика основных форм продажи гостиничных услуг. Основные каналы распределения гостиничного продукта. Способы поддержки и стимулирования деятельности партнеров. | УК-4<br>ПКУВ-3 | <b>Знать:</b> понятие персональные продажи и их значение в маркетинговой деятельности предприятия туризма.<br><b>Уметь:</b> характеризовать наиболее типичные ошибки в продаже гостиничных услуг.<br><b>Владеть:</b> навыками возражения как препятствия к сотрудничеству с клиентами. | Составление плана-конспекта<br>Лекция-презентация |
| 5. | Тема 5. Работа менеджера по продажам с клиентами и повышение эффективности продаж | 5/0,13  | 1/0,03 | Правила и принципы успешной работы с ключевыми клиентами. Условия повышения эффективности продаж.   | УК-4<br>ПКУВ-3 | <b>Знать:</b> принцип «AIDA». Основные законы проведения презентации<br><b>Уметь:</b> составить алгоритм продаж<br><b>Владеть:</b> навыками телефонных продаж в индустрии туризма  | Составление плана-конспекта<br>Лекция-презентация |
| 9. | Итого   | 13/0,36 | 10/0,3 | -   | -              | -  | -   |

5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах

| № п/п                        | № раздела дисциплины  | Наименование практических и семинарских занятий   | Объем в часах / трудоемкость в з.е. |         |
|------------------------------|---|---|-------------------------------------|---------|
|                              |   |   | ОФО                                 | ЗФО     |
| 2 семестр ОФО/ 3 семестр ЗФО |   |   |                                     |         |
| 1.                           | Тема 1. Предмет и задачи дисциплины: Деловые коммуникации в гостиничном сервисе   | Понятие предмета и объекта психологии делового общения. Прослеживается понятие общения и систематизируются основные виды коммуникаций. Виды делового общения, их характеристика   | 2/0,05                              | 2/0,05  |
| 2.                           | Тема 2. Теории личности в современной психологии                                  | Теории личности в контексте воздействия основных факторов, детерминирующих поведение человека в процессе коммуникаций. Типология личности по Фрейдю, К.Г.Юнгу, А. Адлеру, Э. Фромму, К. Хорни и др., их значение для понимания партнеров в процессе общения | 2/0,05                              | 2/0,05  |
| 3.                           | Тема 3. Типы лидеров и особенности их поведения                                   | Подробный анализ лидеров различного типа личности, изучаются их особенности руководства и своеобразие деятельности в процессе делового взаимодействия.  | 2/0,05                              | 2/0,05  |
| 4.                           | Тема 4. Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства                  | Характеристика основных форм продажи гостиничных услуг. Основные каналы распределения гостиничного продукта. Способы поддержки и стимулирования деятельности партнеров.   | 2/0,05                              | 2/0,05  |
| 5.                           | Тема 5. Работа менеджера по продажам с клиентами и повышение эффективности продаж | Правила и принципы успешной работы с ключевыми клиентами. Условия повышения эффективности продаж.   | 5/0,13                              | 2/0,05  |
| 8.                           | Итого за семестр  |   | 13/0,35                             | 10/0,28 |

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах  
Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)  
Курсовые проекты (работы) учебным планом не предусмотрены.

5.7. Самостоятельная работа студентов  
Содержание и объем самостоятельной работы студентов

| № п/п                        | Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения | Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения | Сроки выполнения | Объем в часах / трудоемкость в з.е. |     |
|------------------------------|--|---|------------------|-------------------------------------|-----|
|                              |  |   |                  | ОФО                                 | ЗФО |
| 2 семестр ОФО/ 3 семестр ЗФО |  |   |                  |                                     |     |

|    |   |   |      |            |         |
|----|---|---|------|------------|---------|
| 1. | Тема 1. Предмет и задачи дисциплины: Деловые коммуникации в гостиничном сервисе   | Составление плана-конспекта<br>Подготовка докладов<br>Подготовка ответов на вопросы | 1-2  | 20/0,55    | 20/0,55 |
| 2. | Тема 2. Теории личности в современной психологии                                  | Составление плана-конспекта<br>Подготовка докладов<br>Подготовка ответов на вопросы | 3-4  | 20/0,55    | 20/0,55 |
| 3. | Тема 3. Типы лидеров и особенности их поведения                                   | Составление плана-конспекта<br>Подготовка докладов<br>Подготовка ответов на вопросы | 5- 6 | 10/0,27    | 20/0,55 |
| 4. | Тема 4. Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства                  | Составление плана-конспекта<br>Подготовка докладов<br>Подготовка ответов на вопросы | 7-8  | 20/0,55    | 10/0,27 |
| 5. | Тема 5. Работа менеджера по продажам с клиентами и повышение эффективности продаж | Составление плана-конспекта<br>Подготовка докладов<br>Подготовка ответов на вопросы | 9-10 | 11,75/0,33 | 16/0,44 |
| 6. | Итого за семестр:   | -   | -    | 81,65/2,28 | 86/2,38 |

## **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **6.1. Литература для самостоятельной работы**

1. Бороздина, Г. В. Психология делового общения [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Бороздина. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 320 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/925269>

2. Клепик, М. С. Увеличение продаж без особых материальных затрат [Электронный ресурс]: клиентинг без бюджета / Клепик М.С. - Москва: Дашков и К, 2017. - 86 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/430534>

3. Макаров, Б. В. Психология делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие / Б. В. Макаров, А. В. Непогода. - Саратов: Вузовское образование, 2019. - 209 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79820.html>

4. Норка, Д. Экспертные продажи. Новые методы убеждения покупателей [Электронный ресурс]: практическое руководство / Норка Д. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 334 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://new.znanium.com/catalog/product/10032085>

5. Ткаченко, Д. Работа с возражениями: 200 приемов продаж для холодных звонков и личных встреч [Электронный ресурс]: справочное пособие / Ткаченко Д. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 302 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/1002974>

6. Фокс, Д. Д. Как стать волшебником продаж [Электронный ресурс]: правила привлечения и удержания клиентов / Фокс Д.Д. - Москва: Альпина Пабл., 2016. - 164 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/913765>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж»

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

7.1.1. Для очной формы обучения

| Этапы формирования компетенции<br>(согласно учебному плану)   | Наименование дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения ОП                       |
|---|--|
| УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия  |  |
| 1   | Современные коммуникационные технологии межкультурного взаимодействия в сфере гостеприимства |
| 1   | Иностранный язык делового и профессионального общения  |
| 1   | Ознакомительная практика   |
| 2   | Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе                                      |
| 2   | <b>Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж</b>                                |
| 2   | Организационно-управленческая практика   |
| 3   | Проектно-технологическая практика  |
| 4   | Научно-исследовательская работа  |
| 4   | Преддипломная практика   |
| 4   | Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена   |
| 4   | Выполнение и защита выпускной квалификационной работы  |
| 1   | Современные коммуникационные технологии межкультурного взаимодействия в сфере гостеприимства |
| ПКУВ-3. Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания |  |
| 3   | Инновационные технологии в сфере гостеприимства и общественного питания                      |
| 3   | Управление процессами реформирования и реструктуризации деятельности в сфере гостеприимства  |
| 2   | Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе                                      |
| 2   | <b>Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж</b>                                |

|   |  |
|---|--|
| 2 | Формирование производственной концепции и внедрение технологических инноваций в сферу гостеприимства и общественного питания |
| 2 | Развитие информационных систем в гостеприимстве и туризме  |
| 2 | Организационно-управленческая практика   |
| 3 | Проектно-технологическая практика  |
| 4 | Научно-исследовательская работа  |
| 4 | Преддипломная практика   |
| 4 | Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена   |
| 4 | Выполнение и защита выпускной квалификационной работы  |

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

| Планируемые результаты освоения компетенции  | Критерии оценивания результатов обучения |                   |  |                                       | Наименование оценочного средства |
|--|--|-------------------|--|---------------------------------------|----------------------------------|
|  | неудовлетворительно                      | удовлетворительно | хорошо   | отлично                               |                                  |
| <p><b>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</b></p> <p>Индикаторы достижения компетенции:</p> <p>УК-4.1. Осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке</p> <p>УК-4.2. Переводит академические и профессиональные тексты с иностранного языка или на иностранный язык</p> <p>УК-4.3. Способен выстраивать стратегию общения с партнерами, в том числе зарубежными в соответствии с нормами межкультурной коммуникации</p> |  |                   |  |                                       |                                  |
| <p><b>Знать:</b> основы современного русского языка и культуры речи, основные принципы построения монологических и диалогических текстов, характерные свойства русского языка как средства общения и передачи информации; лексический минимум для осуществления профессиональной деятельности с использованием иностранного языка, грамматические навыки, обеспечивающие коммуникацию общего характера, основные грамматические явления, характерные для профессиональной речи.</p>  | Фрагментарные знания                     | Неполные знания   | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания | Сформированные систематические знания |                                  |
| <p><b>Уметь:</b> использовать знание русского языка, культуры речи и навыков общения в профессиональной деятельности; использовать знание иностранного языка для осуществления профессиональной коммуникации.</p>  | Частичные умения                         | Неполные умения   | Умения полные, допускаются небольшие ошибки            | Сформированные умения                 | Доклад, конспект, зачет          |

|   |                                    |   |   |  |                                |
|---|------------------------------------|---|---|--|--------------------------------|
| <p><b>Владеть:</b> навыками грамотного письма и устной речи, способностью к коммуникациям в профессиональной деятельности, как на государственном, так и на иностранном языке; готовностью к общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности для академического и профессионального взаимодействия.</p>  | <p>Частичное владение навыками</p> | <p>Несистематическое применение навыков</p> | <p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p> | <p>Успешное и систематическое применение навыков</p> |                                |
| <p><b>ПКУВ-3. Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания</b><br/> Индикаторы достижения компетенции:<br/> ПКУВ-3.1. Определяет перспективность инноваций, оценивает их эффективность и разрабатывает мероприятия по их внедрению на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания;<br/> ПКУВ-3.3. Применяет современные информационно-коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.</p> |                                    |   |   |  |                                |
| <p><b>Знать:</b> современные инновационные технологии и информационно-коммуникативные инновации.</p>  | <p>Фрагментарные знания</p>        | <p>Неполные знания</p>                      | <p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p>   | <p>Сформированные систематические знания</p>         |                                |
| <p><b>Уметь:</b> использовать инновационные технологии и современные информационно-коммуникативные инновации с целью обеспечения конкурентоспособности объектов сферы гостеприимства и общественного питания.</p>   | <p>Частичные умения</p>            | <p>Неполные умения</p>                      | <p>Умения полные, допускаются небольшие ошибки</p>              | <p>Сформированные умения</p>                         | <p>Доклад, конспект, зачет</p> |
| <p><b>Владеть:</b> навыками внедрения инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения</p>  | <p>Частичное владение навыками</p> | <p>Несистематическое применение навыков</p> | <p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p> | <p>Успешное и систематическое применение навыков</p> |                                |



|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| конкурентоспособности объектов<br>сферы гостеприимства и общественного<br>питания. |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|

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

### **Темы докладов**

1. Условия и особенности развития деловой культуры в России и реклама.
2. Особенности российской бизнес-культуры и направления ее совершенствования.
3. Современные концепции ведения деловых переговоров и применяемые тактические приемы в рекламном бизнесе.
4. Психологические аспекты делового общения.
5. Национальные особенности этических норм и делового общения при переговорах.
6. Кросс-культурный анализ и деловое общение в переговорах в процессе разработки рекламных мероприятий.
7. Деловые переговоры при организации рекламной кампании и деловое общение.
8. Атрибуты делового общения, вопросы протокольного старшинства.
9. Этические аспекты и практика вручения подарков в деловом общении.
10. Виды и особенности деловых приемов и презентаций и деловой этикет.
11. Письменная коммуникация в структуре делового общения.
12. Эффективная презентация и деловой протокол.
13. Речь в межличностных, общественных и деловых отношениях.
14. Логические и психологические приемы полемики.
15. Коммуникация в организациях. Внутрикорпоративные деловые отношения.
16. Особенности телефонной (электронной и т.д.) коммуникации и деловые отношения.
17. Управление деловыми конфликтами при работе с клиентами в гостиничном бизнесе.
18. Факторы успеха в проведении делового совещания.
19. Речевые коммуникации в деловых переговорах.
20. Электронные средства коммуникации и их использование в деловом взаимодействии.

### **Примерные тестовые задания**

1. Набором коммуникационных эффектов являются:
  - а) эффект визуального имиджа;
  - б) эффект первых фраз;
  - в) эффект аргументации;
  - г) эффект квантового выброса информации;
  - д) эффект анкетирования;
  - е) эффект интонации и пауз;
  - ж) эффект художественной выразительности;
  - з) эффект релаксации.
2. Используя психологические доводы и приемы, постарайтесь убедить:
  1. Совершать пробежки:
    - а) даму средних лет;
    - б) пожилого мужчину.
  2. Бросить курить:
    - а) восьмиклассника;

- б) тридцатилетнюю женщину.
- 3. Сдавать одежду в химчистку:
  - а) малообеспеченного гражданина;
  - б) преуспевающего.
- 4. Застраховать имущество:
  - а) многодетную семью;
  - б) одинокого мужчину;
  - в) директора фирмы.
- 5. Изучить курс эффективного общения:
  - а) нового сотрудника фирмы;
  - б) директора фирмы.
- 6. Сделать пожертвование в общество защиты бездомных собак:
  - а) молодую женщину;
  - б) преуспевающего директора фирмы.
- 7. Убеждения представляют собой:
  - а) веру людей в те или иные идеи;
  - б) причины тех или иных поступков;
  - в) присущие отдельным личностям или целым социальным группам представления, идеи, концепции, которые определяют их поступки, их целенаправленную деятельность.
- 8. Общая структура логического доказательства (опровержения) включает в себя:
  - а) посылку;
  - б) тезис;
  - в) аргументы;
  - г) демонстрацию;
  - д) факты.

### **Вопросы к зачету**

1. Понятие общения. Коммуникация, перцепция и интеракция как составные элементы процесса общения.
2. Коммуникативный процесс и его элементы.
3. Деловая коммуникация и роль эффективного общения в профессиональной сфере.
4. Характеристики делового общения.
5. Человеческая речь как источник информации. Речевые средства общения.
6. Стили письма и речи: официально-деловой, научный, публицистический, разговорная речь.
7. Краткость и ясность в деловой коммуникации.
8. Значение и акцент, правописание, грамматика и пунктуация в речевой коммуникации. Подтекст.
9. Виды барьеров. Физиологические и психологические барьеры.
10. Виды барьеров. Социальные и культурные барьеры.
11. Преодоление барьеров в деловой коммуникации.
12. Значение слушания в деловом общении.
13. Вопросы в деловой коммуникации. Виды вопросов. Ответы на вопросы.
14. Собеседование как коммуникативный канал в деловом общении. Типы

собеседований.

15. Собеседование как коммуникативный канал в деловом общении. Практика организации и проведения.

16. Язык жестов в деловом общении. Средства невербальной коммуникации.

17. Организация пространственной среды в деловой коммуникации.

18. Визуальные средства в коммуникативном процессе. Преимущества и недостатки их использования в деловой коммуникации.

19. Репрезентативная система в деловой коммуникации. Виды сенсорных каналов.

20. Психологические характеристики личности.

21. Теории личности в современной психологии

22. Типология личности по З. Фрейду, К.Г.Юнгу, Э. Фромму, К. Хорни

23. Типы лидеров и особенности их поведения

21. Коммуникативные роли.

22. Манипуляции в деловом общении. Психологические аспекты убеждения.

23. Убеждение в деловой коммуникации как процесс воздействия, его структура и организация. Этические аспекты убеждения.

24. Дискуссии, полемика, дебаты. Спор.

25. Деловая беседа как основная форма делового общения. Структура деловой беседы.

26. Вопросы собеседников и их психологическая сущность.

27. Парирование замечаний собеседников.

28. Психологические приемы влияния на партнера.

29. Деловой разговор по телефону.

30. Деловое совещание и заседание, практика организации и проведения.

31. Виды речи. Выбор темы. Определение целевой установки.

32. Подбор материала. План речи. Подготовка речи – конспект.

33. Внешний облик оратора. Голос, произношение, артикуляция, язык.

34. Работа с анкетами.

35. Составление резюме.

36. Составление и работа с вопросниками.

37. Информационные технологии в деловой коммуникации.

38. Критика в деловой коммуникации. Виды критики.

39. Техника нейтрализации замечаний. Compliments в деловом общении.

40. Организация и проведение информационных кампаний.

41. Характеристика основных форм продажи гостиничных услуг.

42. Основные каналы распределения гостиничного продукта.

43. Способы поддержки и стимулирования деятельности партнеров

44. Правила и принципы успешной работы с ключевыми клиентами.

45. Условия повышения эффективности продаж

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

### **Требования к написанию доклада**

Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть,

заключение.

| <b>Критерии оценивания доклада:</b> |  |
|-------------------------------------|--|
| «отлично»                           | Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы. |
| «хорошо»                            | Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы. Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. Используются информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.   |
| «удовлетворительно»                 | Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или не последовательна. Используются 1-2 профессиональных термина. Используются информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствуют выводы.  |
| «неудовлетворительно»               | Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.  |

#### **Критерии оценки знаний при проведении тестирования**

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

#### **Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на зачете**

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

### **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **8.1. Основная литература**

1. Бороздина, Г. В. Психология делового общения [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Бороздина. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 320 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/925269>

2. Клепик, М. С. Увеличение продаж без особых материальных затрат [Электронный ресурс]: клиентинг без бюджета / Клепик М.С. - Москва: Дашков и К, 2017. - 86 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/430534>

3. Макаров, Б. В. Психология делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие / Б. В. Макаров, А. В. Непогода. - Саратов: Вузовское образование, 2019. - 209 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79820.html>

4. Норка, Д. Экспертные продажи. Новые методы убеждения покупателей [Электронный ресурс]: практическое руководство / Норка Д. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 334 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://new.znanium.com/catalog/product/10032085>

## 8.2. Дополнительная литература

1. Ткаченко, Д. Работа с возражениями: 200 приемов продаж для холодных звонков и личных встреч [Электронный ресурс]: справочное пособие / Ткаченко Д. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 302 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/1002974>

2. Фокс, Д. Д. Как стать волшебником продаж [Электронный ресурс]: правила привлечения и удержания клиентов / Фокс Д.Д. - Москва: Альпина Пабли., 2016. - 164 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/913765>

## 8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://window.edu.ru>

2. Единый информационно-справочный ресурс индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] - Режим доступа: [NoReCa.ru](http://NoReCa.ru).

3. Социальная сеть профессиональных контактов НП «Гильдия маркетологов» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.marketologi.ru>

4. Сайт Российской ассоциации маркетинга [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.ram.ru>

5. Электронный журнал «Вестник РАТА» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.ratanews.ru>

**9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

| Раздел / Тема<br>с указанием основных учебных элементов  | Методы обучения   | Способы (формы)<br>обучения   | Средства<br>обучения  | Формируемые<br>компетенции/<br>трудовые<br>функции |
|--|---|---|---|--|
| <p><b>Тема 1. Предмет и задачи дисциплины: Деловые коммуникации в гостиничном сервисе Виды делового общения, их характеристика</b> Понятие предмета и объекта психологии делового общения. Понятие общения и систематизация основных видов коммуникаций.</p>   | <p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p> | <p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p> | <p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p> | <p>УК-4<br/>ПКУВ-3</p>                             |
| <p><b>Тема 2. Теории личности в современной психологии Типология личности по З. Фрейду, К.Г.Юнгу, Э. Фромму, К. Хорни и др. теоретикам, ее значение для понимания партнеров в процессе общения</b><br/>Теории личности в контексте воздействия основных факторов, детерминирующих поведение человека в процессе коммуникаций. Типология личности по Фрейду, К.Г.Юнгу, А. Адлеру, Э. Фромму, К. Хорни и др., их значение для понимания партнеров в процессе общения</p> | <p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p> | <p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p> | <p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p> | <p>УК-4<br/>ПКУВ-3</p>                             |
| <p><b>Тема 3. Типы лидеров и особенности их поведения</b> Подробный анализ лидеров различного типа личности, изучаются их особенности руководства и своеобразие деятельности в процессе делового</p>   | <p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений</p>         | <p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование</p>   | <p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p> | <p>УК-4<br/>ПКУВ-3</p>                             |

|   |  |  |  |                |
|---|--|--|--|----------------|
| взаимодействия  | навыков  | умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)  |  |                |
| <b>Тема 4. Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства</b> Характеристика основных форм продажи гостиничных услуг. Основные каналы распределения гостиничного продукта. Способы поддержки и стимулирования деятельности партнеров. | Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков | Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) | Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия | УК-4<br>ПКУВ-3 |
| <b>Тема 5. Работа менеджера по продажам с клиентами и повышение эффективности продаж</b> Правила и принципы успешной работы с ключевыми клиентами. Условия повышения эффективности продаж.  | Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков | Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) | Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия | УК-4<br>ПКУВ-3 |



**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

**10.1. Перечень необходимого программного обеспечения**

| <b>Наименование программного обеспечения, производитель</b> | <b>Реквизиты подтверждающего документа (№ лицензии, дата приобретения, срок действия)</b> |
|---|---|
| Операционная система «Windows»                              | Договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015                                      |
| Adobe Reader  | Бесплатно, бессрочный   |
| К-Lite Codec Pack, Codec Guide                              | Бесплатно, бессрочный   |
| 7-zip.org   | GNU LGPL  |
| Офисный пакет WPSOffice                                     | Свободно распространяемое ПО  |

**10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

**11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

| <b>Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b> | <b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b> | <b>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</b> |
|--|--|---|
| <b>Специальные помещения</b>   |  |   |
| Учебные аудитории для  | Переносное мультимедий-  | 1. Операционная система   |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <p>проведения занятий лекционного типа: № ауд. 3-12, 3-15, 3-17, 3-19, 3-20, 3-22, адрес: г. Майкоп, ул. Пушкина 177.</p> <p>Аудитории для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 3-11, 3-12, 3-15, 3-16, 3-17, 3-19, 3-20, 3-22, адрес: г. Майкоп, ул. Пушкина 177.</p> <p>Компьютерный класс: ауд. 3-2 адрес: г. Майкоп, ул. Пушкина 177.</p> | <p>ное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 12 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет.</p>  | <p>«Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-Lite Codec»;</li> <li>2. Офисный пакет «WPS Office»;</li> <li>3. Программа для работы с архивами «7zip»;</li> <li>4. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe Reader»</li> </ol>                           |
| <p><b>Помещения для самостоятельной работы</b></p>  |  |  |
| <p>Учебные аудитории для самостоятельной работы: ауд. 3-11, 3-16 адрес: г. Майкоп, ул. Пушкина 177.</p> <p>Читальный зал: ул. Первомайская, 191, 3 этаж.</p>  | <p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 12 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет.</p> <p>Читальный зал имеет 60 посадочных мест, оснащен 15 компьютерами с выходом в Интернет, специализированной мебелью, стационарным мультимедийным оборудованием, оргтехникой.</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</li> <li>1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-Lite Codec»;</li> <li>2. Офисный пакет «WPS Office»;</li> <li>3. Программа для работы с архивами «7zip»;</li> <li>4. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe Reader»</li> </ol> |