

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Лельчицкий Игорь Давыдович
Должность: и.о. проректора по образовательной деятельности
Дата подписания: 17.06.2026 16:46:46
Уникальный программный ключ:
aa5b5ee17d97a2e4d94e98e995320af94f043ce2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:
Руководитель ООП
Кривичкина О.И.
Исторический факультет
2024 г.
Тверской государственный университет

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Потребности и ожидания клиентов

Направление подготовки

43.03.01. Сервис

Направленность (профиль)

Социально-культурный сервис

Для студентов 3 курса,

очная форма обучения

Составитель: Бодрова Ю.В.

Тверь, 2024

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Цель курса – сформировать представление о потребностях и ожиданиях клиентов в сфере социально-культурного сервиса.

Задачи курса:

- изучить системы ожиданий и потребностей клиентов, их динамики, способов формирования, регулирования и удовлетворения потребностей;
- выделить и охарактеризовать основные типы потребителей и определить особенности их обслуживания;
- сегментировать потребителей по социально-психологическому и демографическому типу.

2. Место дисциплины в структуре ООП

В соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению «Сервис» учебная дисциплина «Потребности и ожидания клиентов» входит в обязательную часть дисциплин ООП. Дисциплина неразрывно связана с дисциплинами ООП: «Управление качеством», «Стандартизация и сертификация».

3. Объем дисциплины: 3 зачетных единиц, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 16 часов, практические занятия 32 часов.

самостоятельная работа: 33 часов, контроль 27.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК – 3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной	3.1 Организует оценку качества оказания услуг, учета мнений потребителей и заинтересованных сторон

сфере профессиональной деятельности	
-------------------------------------	--

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения экзамен, 5 семестр

6. Язык преподавания русский.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	5.3 Определяет условия интеграции участников межкультурного взаимодействия для достижения поставленной цели с учетом исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения экзамен, 1 семестр.

6. Язык преподавания русский.

II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)
		Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа)	

1. Введение в курс. Задачи курса «Потребности и ожидания клиентов»	4	2			-2
2. Потребности клиента и роль сервисной деятельности в их удовлетворении	12	2	4	-	6
3. Клиенты и разновидности их потребительского поведения	18	4	8	-	6
4. Ожидания клиентов и способы из удовлетворения	14	2	4	-	8
5. Изучение целевой аудитории клиентов	15	3	8	-	4
6. Портрет потенциального потребителя конкретной сервисной услуги	16	4	8	-	4
ИТОГО	108	17	34	-	30 Контроль - 27

III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии, методы обучения
1. Введение в курс. Задачи курса «Потребности и ожидания клиентов»	Вводная лекция	Традиционная лекция Активное слушание
2. Потребности клиента и роль сервисной деятельности в их удовлетворении	Лекция, семинар	Традиционная лекция, семинар – в форме круглого стола
3. Клиенты и разновидности их потребительского поведения	Лекция, семинар	Традиционная лекция, активное слушание; Семинар в форме круглого стола
4. Ожидания клиентов и способы из удовлетворения	Лекция, практическое занятие	Лекция-консультация, активное слушание. Семинар в форме круглого стола

5.Изучение целевой аудитории клиентов	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация, активное слушание, Семинар в форме круглого стола
6. Портрет потенциального потребителя конкретной сервисной услуги	Лекция, комбинированный семинар	Проблемная лекция, активное слушание, практическое занятие с подготовленными заданиями, дискуссия.

IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

Задания на проверку знаний

Контрольные вопросы для проведения экзамена

1. Значение и содержание поведения потребителей: основные понятия и становление области знаний.
2. Потребности клиента: определение понятия.
3. Различные варианты классификации потребностей человека.
4. Развитие потребностей человека в различные эпохи.
5. Влияние культуры на развитие потребительского поведения: концепция культуры, классификация культурных ценностей.
6. Культурные ценности и потребительское поведение. Национальные культуры и субкультуры.
7. Социальные классы и поведение потребителей: концепция социального класса, критерии принадлежности к социальному классу, сегментирование рынка по классовому признаку.
8. Влияние групп и групповых коммуникаций на поведение потребителей, Референтные группы, их виды и формы влияния на поведение потребителей.
9. Вербальное влияние на поведение потребителей. Направления и особенности использования устных коммуникаций в маркетинге.
10. Семья и домашнее хозяйство как внешние факторы влияния на поведение потребителей: понятие семьи и домашнего хозяйства,

жизненный цикл домохозяйства, распределение ролей и решения принимаемые в домохозяйствах, потребительская социализация.

11. Влияние ситуации на поведение потребителей: типы потребительских ситуаций, факторы влияния ситуации.
12. Обработка информации как внутренний фактор влияния на поведение потребителей: процесс обработки информации, контакт, внимание, понимание, принятие, запоминание.
13. Обучение как внутренний фактор влияния на поведение потребителей: процесс обучения потребителей, познавательные методы обучения, бихевиористские методы обучения.
14. Мотивация в поведении потребителей: понятие мотивации, теории мотивации, мотивационные конфликты.
15. Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей: личность и персональные ценности, стиль жизни.
16. Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей: ресурсы потребителей, знание и отношение потребителей.
17. Потребительское решение, осознание потребности и поиск информации: сущность и этапы процесса принятия решения о покупке, типы процессов принятия решения о покупке, осознание потребности.
18. Оценка вариантов, покупка и процессы после покупки: предпокупочная оценка вариантов, покупка, потребление, послеполупочная оценка вариантов, освобождение.
19. Организационное поведение потребителей: поведение потребителей на рынке организаций, сущность и типы рынков организаций, модели организационного покупательского поведения.

4.1.2. Задания на проверку умений (примеры заданий, тестов и ситуационных задач)

Пример ситуационной задачи:

Один из коммерческих банков, работающих на рынке г. Красноярска, начал применять в работе с клиентами CRM-технологии. Проанализируйте, с какими проблемами может столкнуться банк при внедрении CRM? Какие выводы может принести банку использование в работе принципов CRM? Дайте подробное обоснование выводов.

V. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (или модуля)

а) Основная литература:

1. Алешина И.В. Поведение потребителей. М.: Экономистъ, 2006.
2. Драганчук Л.С. Поведение потребителей: Учеб. пособие. М., 2014.

б) Дополнительная литература:

3. Соломон М.Р. Поведение потребителя. Искусство и наука побеждать на рынке. СПб.: ООО «ДиаСофтЮП», 2003.
4. Федько Н.Г. Поведение потребителей: учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2001.
5. Блэкуэлл Р. Д., Миниард П. У., Энджел Дж. Поведение потребителей, 10-е издание, М.: «Питер», 2010.
6. Трусов Г.Л. Сами придут, сами купят. М.: Эксмо, 2007.
7. Дубровин И.А. «Поведение потребителей» (учебное пособие, 3-е издание). ИТК «Дашков и К», 2010.
8. Левинсон А.Г. О среднем классе в конце прекрасной эпохи // Вестник общественного мнения. 2008. № 6 (98). С. 53-64.
9. Костина Г.Д., Моисеева Н.К. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг. М.: Омега-Л, 2010.
10. Васин Ю.В., Лаврентьев Л.Г., Самсонов А.В. Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
11. Попов А.В. Блоги. Новая сфера влияния. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.
12. Розанова Т.П., Полянская И.Л., Андреева М.М. Женская аудитория как объект рекламного воздействия // Маркетинговые коммуникации. 2010. № 01(55). с. 52-58.
13. Удовлетворенность потребителя. Эмпирические исследования и практика измерения. М. 2014.
14. Шиповская Л.П. Человек и его потребности. Учебное пособие. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2008.

15. Грейвс Ф. Клиентология. Чего на самом деле хотят ваши покупатели. М., 2013.
16. Васильев Г.А. Поведение потребителей: учебное пособие. М.: Вузовский учебник, 2005.
17. Сергеев А.М. Поведение потребителей: учебное пособие. М.: Эксмо, 2006.

1. Моисеев, В.В. История Отечества : учебник / В.В. Моисеев. - 2-е изд., стер. - Москва : Директ-Медиа, 2014. - Т. 2. - 348 с. - ISBN 978-5-4458-6473-8 ; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236867>

2) Программное обеспечение

Лицензионное программное обеспечение

Adobe Reader XI (11.0.13) – Russian бесплатно

Google Chrom бесплатно

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows антивирус

Qgis 2.18. 2.18.6 бесплатно

WinDjVieww 2.0.2 бесплатно

Свободно распространяемое программное обеспечение

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- БД Scopus <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>

- БД Web of Science

http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F5lxbbgjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=

– ЭБС издательского дома «ИНФРА-М» (URL: <http://znanium.com/>);

– ЭБС издательства «Лань» (URL: <http://www.e.landbook.com/>);

– ЭБС издательства «Юрайт» (URL: <https://www.biblio-online.ru/>);

– ЭБС «РУКОНТ» (URL: <http://www.rucont.ru/>);

– ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (URL: <http://biblioclub.ru/>);

- ЭБС «IPRbooks» (URL: <http://www.iprbookshop.ru/>);
- электронная библиотека eLIBRARY.RU;
- коллекция электронных книг Оксфордско-Российского фонда;
- электронная библиотека диссертаций РГБ;
- база данных ПОЛПРЕД;
- АРБИКОН (сводные каталоги российских библиотек и информационных центров).

VI. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Планы практических (семинарских) занятий

Занятия проходят в форме «круглого стола». Студенты разбиваются на рабочие группы. Преподаватель назначает ведущего студента - модератора, ответственного за подготовку и проведение «круглого стола».

Модератор проводит предварительную подготовку занятия. Он назначает студентов для подготовки сообщения по предложенному вопросу. Они готовят теоретические сообщения по избранному вопросу (около 15-20 минут). Сообщение может сопровождаться презентацией, в которой выделены главные тезисы сообщения, приведены аргументы, наглядные материалы.

В круг заданий, предложенных для освоения, входит и практическая часть. Ее готовят 1-2 студента, она включает рабочий эксперимент, игровую ситуацию и т.п. или тестирование аудитории по теме «круглого стола». Практические задания могут быть различных видов, к примеру, моделируются различные ситуации, требующие конкретного практического применения полученных знаний. Проверка знаний может проходить в форме тестирования студентов. Ответы студентов или их участие оценивается модератором.

Модератор руководит работой студенческой группы во время практического занятия, произносит вводное слово, в котором характеризует тему занятия, ее практическую и теоретическую значимость. В конце обсуждения вопроса ведущий подводит итог, оценивая или обобщая проделанную работу, дает возможность задать вопросы.

В работе «круглого стола» участвуют все студенты группы, они задают вопросы, комментируют выступления, проходят тестирование, выполняют практические задания, решают теоретические задачи и т.п.

Тема 1. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Культура.

1. Концепция культуры. Ценности и нормы. Стилъ жизни. Мораль. Право. Обычаи. Религия. Виды процессов освоения культуры.
2. Культурные ценности и поведение потребителей.
3. Мода. Влияние модных тенденций на поведения потребителей.
4. Влияние культуры на потребительское поведение отдельной личности и на процесс потребления общества в целом.
5. Национальные культуры и субкультуры. Особенности национальной потребительской культуры в различных странах и регионах.

Тема 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйство

1. Группы и их типы. Виды групповых влияний.
2. Референтные группы. Влияние референтных групп на поведение потребителей. Формы влияния референтных групп на выбор потребителя.
3. Влияние информации «из уст в уста». Виртуальные группы.
4. Семья и домохозяйство как единица потребления.
5. Эволюция современной семьи. Структурные переменные, влияющие на семью и домохозяйство. Изменения в традиционном ролевом поведении в семье.
6. Жизненный цикл семьи и домохозяйства
7. Решение домохозяйства о покупке; распределение ролей

Тема 3. Ресурсы потребителей

1. Виды ресурсов потребителей. Ресурсы как фактор внутреннего влияния на поведение потребителей. Факторы, определяющие степень и характер влияния ресурсов на поведение клиента
2. Экономические ресурсы клиента и способы их измерения. Современные тенденции изменения влияния экономических ресурсов на поведение клиентов.

3. Временные ресурсы клиента. Традиционная и современная структуры временного бюджета. Рабочее время. Личное время. Неличное время.
4. Когнитивные ресурсы клиента и способы их использования. Роль сети Интернет в усилении когнитивного влияния на поведение клиентов.
5. Концепция стиля жизни. Стиль и образ жизни потребителей.

Тема 4. Факторы внутреннего влияния на поведение клиентов. Мотивация в поведении потребителей

1. Понятие и теории мотивации. Роль мотивации в поведении клиента. Значение вовлеченности в исследования поведения потребителей.
2. Мотивационные конфликты.
3. Личность клиента. Эмоции клиента. Роль эмоций в рекламе, в процессе осознания потребностей, в процессе покупки.
4. Понятие персональных ценностей. Способы измерения персональных ценностей.
5. Диагностика и методы анализа поведения потребителя.
6. Процесс обучения потребителей.
7. Методы обучения потребителей

Тема 5. Процесс принятия решения о покупке

1. Процесс осознания потребности клиентом. Понятие активизации потребностей.
2. Информационный поиск. Внутренний и внешний поиск. Источники информации.
3. Процесс оценки и выбора альтернатив. Оценочные критерии. Правила решений
4. Факторы ситуационного влияния на решение клиента. Типы ситуаций. Физическое окружение. Социальное окружение. Временная перспектива. Предшествующие состояния.
5. Процесс потребительских решений. Сущность и варианты потребительского выбора. Этапы потребительских решений. Типы процессов решений: решение привычной проблемы; решение ограниченной проблемы; решение расширенной проблемы. Импульсивная покупка.
6. Ситуационные факторы. Типы ситуаций. Коммуникационные ситуации. Ситуации покупки. Ситуации использования покупки.

Тема 6. Удовлетворенность клиента. Процесс потребления. Послепокупочная оценка вариантов.

1. Сущность процесса потребления товара или услуги
2. Послепокупочный диссонанс и факторы, влияющие на него.
3. Сакральное и обыденное потребление. Виды сакрализации.
4. Послепокупочная оценка вариантов.
5. Сущность понятия удовлетворенности. Изучение уровня удовлетворенности клиента.
6. Виды реакций неудовлетворенности покупкой. Способы разрешения неудовлетворенности покупателя.
7. Сущность понятие освобождение. Виды освобождения от товара после его покупки.

Тема 7. Организационное покупательское поведение.

1. Сущность рынка организаций
2. Сущность и факторы покупательского поведения организации. Факторы окружающей среды.
3. Особенности организаций.
4. Особенности моделирования покупательского поведения предприятий-потребителей.
5. Закупочный центр. Распределение ролей в закупочном центре.
5. Этапы процесса принятия решения о покупке предприятиями-потребителями.
6. Виды закупок. Процесс закупок. Модели «buy grid», Лвитта, Кардозо, Шетта.

7.2. Тематика рефератов и методические рекомендации по их написанию

В рамках изучения данного курса студентам предлагается самостоятельное изучение указанной основной литературы. Систематическое изложение основной проблематики дисциплины осуществляется в ходе лекционных занятий. На семинарских занятиях происходит детальная отработка наиболее важных вопросов курса.

Подготовка устного или письменного реферата предполагает изучение нескольких источников по списку литературы и написание самостоятельной работы:

- по одной из тем программы курса (по выбору студента);
- предложенной примерной тематике письменных (контрольных) работ;

Порядок выполнения реферата предполагает ряд последовательных действий.

Определив номер или название темы, необходимо внимательно ознакомиться с кругом входящих в нее вопросов, а также с приведенными методическими советами, которые помогут сориентироваться в теме, обратят внимание на наиболее важные проблемы.

Затем следует:

- прочитать и изучить соответствующие разделы рекомендованной литературы и дополнительный учебный материал по выбранной теме в Интернете.
- изучить конспекты учебных лекций;

Далее, на основе переработанного материала необходимо дать самостоятельное изложение основных вопросов темы. В случае затруднений следует обратиться к словарю важнейших терминов и понятий, дополнительной справочной литературе.

Работы, просто переписанные из учебников и методических пособий, «позаимствованные» из Интернета, не зачитываются.

Тема должна быть изложена в соответствии с планом, который выписывается на первую страницу реферата. Раскрывая тему, важно излагать материал четко и логически последовательно, не пропуская определений ключевых для данной темы понятий. Рассматривая теоретические вопросы, привлекайте доступные материалы других общественных и специальных дисциплин. Желательно использовать свой личный опыт делового общения по месту работы, в Вашей организации.

Реферат имеет следующую структуру:

- Титульный лист (см.образец ниже);
- Оглавление;
- Введение;
- Основное содержание с разбивкой на главы (параграфы), со сносками на использованную литературу;
- Заключение;
- Список источников и литературы, оформленные в соответствии с требованиями;
- Приложения.

Следите за правильным оформлением работы. Текст следует оформлять на компьютере в соответствии с «Правилами оформления письменных работ», подготовленными Методической комиссией исторического факультета ТвГУ, они размещены на сайте исторического факультета. Какие-либо малопонятные сокращения не допускаются. Обязательно оставляйте поля для замечаний и вопросов преподавателя. Текст должен быть разбит на абзацы, разделы, главы. В конце реферата обязательно приводится список используемой литературы, указываются соответствующие сайты Интернета.

Критерии оценивания реферата:

1. Актуальность темы.
2. Степень изученности литературы.
3. Соответствие плана теме реферата.
4. Соответствие содержания плану и теме реферата.
5. Степень раскрытия основных понятий проблемы.
6. Умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу.
7. Стиль и оформление работы.

Примерная тематика рефератов:

1. Рекреационный сервис и потребности человека.
2. Потребности клиента и научно-технический прогресс – взаимовлияние.
3. Потребность в накопительстве, богатстве и обладании как одна из социальных фундаментальных потребностей.
4. Социальная структура современного российского общества, характеристика потребительского поведения представителей различных социальных групп.
5. Потребность в социальной безопасности как основа поведения личности в обществе.
6. Средний класс и его потребности в структуре российского общества
7. Виртуальная реальность как потребность.
8. Персональное продвижение товара как форма межличностной коммуникации
9. Убеждение покупателей как основа продвижения товара.
10. Консюмеризм как потребительское поведение и как защита прав потребителей.
11. Демонстративное потребление: история и современность за рубежом и в современной России. Рациональное зерно.
12. Движение антипотребительства: идеология, истоки и современность.
13. Потребительский экстремизм.
14. Взаимовлияние модных тенденций и поведения потребителей.
15. Гендерные модели потребления товаров и услуг в России и за рубежом.
16. Мышление и воображение и их роль в восприятии рекламы.
17. Скрытая реклама и вирусный маркетинг как инструменты привлечения потребителей.
18. Дети как потребители.
19. Ониомания: болезнь или социальное явление.
20. «Жертва моды»: история и современность явления, потребительское поведение.
21. Информационное общество и гуманизм потребительской культуры
22. Покупательские риски в сфере услуг.
23. Программы повышения лояльности потребителей в российской практике.
24. Психоаналитическая модель личности З. Фрейда в анализе теории поведения потребителя.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.

Лекционные занятия и самостоятельное изучение курса по настоящей программе проходят с использованием рекомендуемой литературы.

Лекционный материал посвящается рассмотрению основных концептуальных вопросов: основным понятиям, категориям и подходам, а также вопросам, трактовка которых имеет особое значение для понимания сути учебной дисциплины и раскрывает компетентностный подход к ее изучению.

В учебном процессе наряду с традиционными формами обучения предусматривается использование различных активных и интерактивных форм и методов обучения (дискуссии, круглые столы, деловые игры, разбор практических ситуаций, тренинги, практикумы и др.). Для более эффективного усвоения студентами данной дисциплины предлагается необходимая учебная и методическая литература.

Самостоятельная работа предполагает изучение теории и практики и рекомендованных исследований, изучение по наиболее интересным, проблемным вопросам, а также решение тестовых и практических заданий, выполнение контрольной работы, подготовку сообщений, эссе, рефератов и т.д. Преподаватель проводит индивидуальные и групповые консультации со студентами с целью оказания им помощи в усвоении основных тем, раскрывающих компоненты компетенций, изучаемых по данной дисциплине.

Проведение семинарских и практических занятий предполагает активную, целенаправленную работу студентов.

Цель семинарского занятия - усвоение важнейших вопросов курса и выступление каждого студента на каждом семинаре. На семинаре студенты должны уметь объяснить понимание ими вопросов темы. Для этого при подготовке к семинару студент должен внимательно изучить рекомендованную литературу и методические рекомендации, подготовиться и ответить на любой вопрос темы семинара, продолжить выступление предыдущего выступающего. Студент может пользоваться конспектом изученной литературы. Каждый студент должен по указанию преподавателя отрецензировать сообщение, сделанное предыдущим выступающим.

Практические занятия, проводимые в активной и интерактивной формах, позволяют вовлекать всех студентов в обсуждение того или иного вопроса, проблемы, разбор конкретной ситуации, решение практических и тестовых заданий и практикумов. Активное обучение студентов по данной дисциплине обеспечивается диалоговым взаимодействием преподавателя и студентов, предусматривает проблемную (дискуссионную) постановку вопросов с целью закрепления и углубления полученных знаний, формирования умений и практических навыков в соответствии с компонентами компетенций.

Текущая аттестация работы студентов осуществляется в процессе проведения семинарских и практических занятий на протяжении семестра путем оценки устных ответов, а также выполнения контрольных работ, решения тестовых, практических заданий и задач.

Если студент не выполнил ни одного задания, а также не проявил активности на занятиях, то его работа в течение семестра оценивается как неудовлетворительная. Если студент пропускает занятия по уважительной причине (по болезни, график свободного посещения), то он выполняет задания самостоятельно, во внеаудиторное время, знакомя преподавателя с полученными результатами. При этом тесты могут быть заменены разбором проблемных ситуаций по названным темам.

Основные формы самостоятельной работы:

- ✓ поиск необходимой литературы и электронных источников информации по изучаемой теме;
- ✓ изучение рекомендуемой литературы и лекционного материала;
- ✓ выполнение задания по теме практического и интерактивного занятия;
- ✓ написание и оформление эссе;
- ✓ самостоятельная подготовка презентации;
- ✓ выполнение задания для самостоятельной работы по выбору;
- ✓ подготовка к практическим и интерактивным занятиям;

✓ подготовка к зачету.

Самостоятельная работа может выполняться обучающимся в читальном зале библиотеки, в компьютерных классах, а также в домашних условиях. Предусмотрено получение студентами профессиональных консультаций, контроля и помощи со стороны преподавателя.

Требования к рейтинг-контролю

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов ТвГУ и Руководством по осуществлению рейтинговой системы оценки качества учебной работы студентов ТвГУ, содержание и организация рейтинг-контроля по дисциплине «История» осуществляется по следующей схеме:

1 семестр	Итоговая аттестация – экзамен
Распределение баллов по модулям	1 модуль – 30, 2 модуль – 30.
Текущий контроль 1 модуля	Работа на практических занятиях 16 – баллов Подготовка презентации – 4 балла
Рубежный контроль 1 модуля	Письменная работа – 10 баллов
Текущий контроль 2 модуля	Работа на практических занятиях 16 – баллов Подготовка презентации – 4 балла
Рубежный контроль 2 модуля	Письменная работа – 10 баллов
Итоговый контроль - экзамен	40 баллов
Отработка пропущенных мероприятий текущего и рубежного контроля	Разрешается деканатом только по уважительной причине
Условия выставления экзамена по итогам текущего и рубежного контроля	«удовлетворительно» выставляется по желанию студента, набравшего 40 – 54 баллов «хорошо» - выставляется студентам, набравшим 55 – 60 баллов с учетом

	15 премиальных баллов Для получения оценки «отлично» студент должен сдать экзамен
Шкала пересчета рейтинговых баллов в пятибалльную шкалу	Менее 40 баллов – «неудовл.» 40 – 69 – «удовл.» 70 – 84 – «хорошо» 85 – 100 – «отлично»
Пересдача экзамена	Осуществляется в соответствии с Положением о курсовых, экзаменах и зачетах

Критерии оценки знаний:

Формы и способы оценки	Обобщенные критерии оценки			
	«2»	«3»	«4»	«5»
Устный ответ	– не раскрыто основное содержание учебного материала; – обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; – допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов	– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; – усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам; – имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные	– вопросы излагаются систематизировано и последовательно; – продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; – продемонстрировано усвоение основной литературы. – в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены	– полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; – продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; – точно используется терминология; – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение ранее изученных

		<p>после нескольких наводящих вопросов;</p> <p>– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;</p> <p>– продемонстрировано усвоение основной литературы</p>	<p>один – допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя</p>	<p>сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;</p> <p>– ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;</p> <p>– продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;</p> <p>– продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;</p> <p>– допущены неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию</p>
--	--	---	---	---

VII. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и	Парты, стулья, доска, интерактивная доска, компьютер, проектор	<p>Google Chrome – бесплатно</p> <p>Яндекс Браузер – бесплатно</p> <p>Kaspersky Endpoint Security 10 - Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.</p> <p>Многофункциональный редактор ONLYOFFICE</p> <p>ОС Linux Ubuntu</p>

<p>промежуточной аттестации,</p> <p>учебная аудитория для занятий семинарского типа 213 (170100, Тверская область, г. Тверь, ул. Трехсвятская, д. 16/31);</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,</p> <p>учебная аудитория для занятий семинарского типа 204 (170100, Тверская область, г. Тверь, ул. Трехсвятская, д. 16/31);</p> <p>Помещение для самостоятельной работы, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, практики, помещение для хранения и</p>	<p>Парты, стулья, доска, интерактивная доска, компьютер, проектор</p> <p>Портативные</p>	<p>Google Chrome – бесплатно</p> <p>Яндекс Браузер – бесплатно</p> <p>Kaspersky Endpoint Security 10 - Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.</p> <p>Многофункциональный редактор ONLYOFFICE</p> <p>ОС Linux Ubuntu</p> <p>Google Chrome – бесплатно</p> <p>Яндекс Браузер – бесплатно</p> <p>Kaspersky Endpoint Security 10 - Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.</p>
---	--	---

<p>профилактического обслуживания учебного оборудования, лаборатория,</p> <p>компьютерный класс:</p> <p>лаборатория по бронированию и резервированию,</p> <p>аудитория для самостоятельной работы, помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования 210 (170100, Тверская область, г. Тверь, ул. Трехсвятская, д. 16/31)</p>	<p>компьютеры, клавиатуры, компьютерные мыши, ноутбук и проектор (переносной), стулья, компьютерные столы, доска</p>	<p>Многофункциональный редактор ONLYOFFICE</p> <p>ОС Linux Ubuntu</p>
---	--	---

VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.			
2.			