

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ГИ



А.А. Горбунов

26 июня 2019 г.

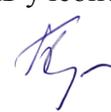
Кафедра «Сервис и туризм»

Автор Загурская Светлана Геннадьевна, к.э.н., доцент

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Поведение потребителей

Направление подготовки:	<u>38.03.02 – Менеджмент</u>
Профиль:	<u>Менеджмент в спортивной индустрии</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2019</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 6 25 июня 2019 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">Б.И. Кретов</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p>Протокол № 11 24 июня 2019 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">Ю.М. Коробов</p>
--	---

Москва 2019 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Поведение потребителей» является формирование у студентов знаний специфики потребительского поведения и профессиональных навыков принятия маркетинговых решений с учетом особенностей поведения целевой группы потребителей

Основными задачами, решаемыми в рамках данного курса являются:

- формирование представления о современной теории поведения потребителей
- развитие умений идентификации потребительских аспектов на основе знания факторов и процессов потребительского поведения;
- развитие навыков анализа, прогнозирования, формирования и оценки поведения потребителей, необходимых для ведения маркетинговой деятельности.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Поведение потребителей" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его базовую часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Профессиональная этика и этикет

2.2.2. Стратегический менеджмент

2.2.3. Технологии продаж

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ),
СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1 Умеет анализировать рыночные возможности организаций. ОПК-4.2 Умеет разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организаций.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 2
Контактная работа	24	24,15
Аудиторные занятия (всего):	24	24
В том числе:		
лекции (Л)	12	12
практические (ПЗ) и семинарские (С)	12	12
Самостоятельная работа (всего)	84	84
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	108	108
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	3.0	3.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗаО	ЗаО

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			4	5	6	7	8	9	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	Раздел 1 1. СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ, ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ.	1		1		5	7	
2	2	Тема 1.1 Тема 1.1. Сущность понятий потребитель, поведение потребителей. Потребители. Потребление как обретение, использование товаров в материальной форме, услуг и идей, потребление и избавление от них. Модель потребительского поведения.	1		1		5	7	
3	2	Раздел 2 2. ФАКТОРЫ ВНЕШНЕГО ВЛИЯНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, ПРИРОДНЫЕ, НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ, КУЛЬТУРНЫЕ И ДРУГИЕ	1		1		5	7	
4	2	Тема 2.1 Тема 2.1. Разнообразие ценностей общества. Ценности, ориентированные на других, на природу, ценности, ориентированные на себя. Культурные вариации в вербальных и невербальных коммуникациях. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии. Социальное положение потребителей и маркетинг. Концепция и детерминанты социального класса. Ролевое поведение в семейных покупках и его использование в маркетинговых решениях. Потребительская социализация, ее методы и маркетинговое использование.	1		1		5	7	
5	2	Раздел 3 3. ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	5		5		24	34	ПК1, проверка конспекта, опрос. практические задания, задания в тестовой форме, доклад с презентацией реферат
6	2	Тема 3.1 Тема 3.1. Восприятие и его	1		1		5	7	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			4	5	6	7	8	9	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		<p>роль в обработке информации потребителем.</p> <p>Этапы восприятия: экспозиция, внимание, интерпретация. Экспозиция; сигналы/стимулы и их избирательность. Внимание; стимульные, индивидуальные и ситуационные факторы. Стимульные факторы: размер и интенсивность, цвет и движение, изоляция, формат, компрессованные сообщения, количество информации. Не сфокусированное внимание. Интерпретация и её виды: когнитивная, аффективная. Характеристики интерпретации: индивидуальные (обучение, ожидания), ситуационные (время, окружение, причина обработки информации), стимульные.</p> <p>Мисинтерпретация маркетинговых сообщений. Память в восприятии. Восприятие и маркетинговая стратегия: розничная стратегия, торговая марка, разработка логотипа, медиа-стратегия, оценка рекламы.</p>							
7	2	<p>Тема 3.2</p> <p>Тема 3.2. Обучение, память потребителя и позиционирование продукта. Сущность обучения. Сила обучения; значимость, усиление/подкрепление, повтор, образность. Гашение/забывание. Генерализация/обобщение стимулов. Ценность марки, марочный рычаг. Дискриминация/различение стимулов. Среда реакции. Память в обучении. Долгосрочная память. Краткосрочная память. Стратегия позиционирования продукта.</p>	1		1		5	7	
8	2	<p>Тема 3.3</p> <p>Тема 3.3. Мотивация и эмоции потребителя. Мотивация потребителей в маркетинге. Внутренние, несоциальные мотивы.</p>	1		1		5	7	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			4	5	6	7	8	9	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Внешние, социальные мотивы. Маркетинговые стратегии, базирующиеся на мотивах и на мотивационном конфликте. Эмоции и маркетинговая стратегия. Вызов/подъем эмоций как продуктная характеристика. Сокращение эмоций как продуктивное преимущество. Эмоции в рекламе.							
9	2	Тема 3.4 Тема 3.4. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Персональные ценности потребителей и их проецирование в маркетинговых решениях. Леддеринг. Сущность жизненного стиля и его типы. Методы описания жизненного стиля. Психографика: AIO, VALS, VALS-2 и LOV. Глобальные стили. Жизненный стиль и ресурсы потребителей: экономические, временные, когнитивные. Их значение и использование в комплексе маркетинговых решений.	1		1		5	7	
10	2	Тема 3.5 Тема 3.5. Знание потребителя о продукте. Отношение к покупке. Содержание знания потребителя о продукте, покупке, использовании. Организация и измерение знания. Отношение потребителя к продукту, его компоненты: когнитивный, аффективный/эмоциональный, поведенческий. Соответствие компонентов. Измерение компонентов отношения. Использование мультиатрибутивных моделей отношений в маркетинге. Стратегии изменения отношения: изменение аффективного/поведенческого/когнитивного компонентов.	1		1		4	6	
11	2	Раздел 4 4. ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ	5		5		50	60	ПК2, проверка конспекта, опроспрактические задания, задания в тестовой

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			4	5	6	7	8	9	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									форме. доклад с презентацией реферат
12	2	Тема 4.1 Тема 4.1. Ситуационные факторы в принятии покупательских решений. Типы ситуаций в принятии покупательских решений и их значение. Коммуникационные ситуации: виды, особенности, параметры. Ситуации покупки: параметры оценки и их значение. Ситуации использования. Ситуационные факторы: физическое окружение, социальное окружение, временная перспектива, определение задачи, предшествующие состояния. Ситуационные влияния и маркетинговая стратегия.	1		1		10	12	
13	2	Тема 4.2 Тема 4.2. Процесс потребительского решения Сущность и варианты потребительского выбора. Этапы процесса принятия решения о покупке: осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив до покупки, покупка, потребление, оценка альтернатив после покупки, избавление/отказ от использования. Типы потребительских решений по критерию сложности проблемы: привычные, ограниченные, расширенные решения. Покупка. Импульсивная покупка. Фактор вовлеченности потребителя в процесс принятия решения о покупке.	1		1		10	12	
14	2	Тема 4.3 Тема 4.3. Осознание потребителем потребности и информационный поиск. Осознание потребности; несоответствие желаемого и реального состояний, порог несоответствия. Факторы активизации потребности. Поиск информации: внутренний и внешний.	1		1		10	12	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			4	5	6	7	8	9	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Внешний поиск: перед покупкой и текущий. Параметры поиска: глубина, направления, последовательность объектов. Детерминанты поиска: ситуационные, продуктные, источника покупки, потребителя. Пути управления информационным поиском потребителя.							
15	2	Тема 4.4 Тема 4.4 Потребительская оценка и выбор альтернатив Процесс оценки и выбора альтернатив. Оценочные критерии: сущность и измерение. Выбор оценочных критериев, определение суждений потребителей о продукте по критериям, определение относительной важности оценочного критерия. Индивидуальное суждение; точность, использование суррогатных индикаторов. Правила решений как модель выбора из нескольких альтернатив. Некомпенсационные правила: совместное, раздельное, «элиминирование по аспектам», лексиграфическое. Компенсационные правила: простое и взвешенное сложение. Выбор правила решения потребителем и влияние на него. Маркетинговое применение правил решения.	1		1		10	12	
16	2	Тема 4.5 Тема 4.5. Покупка. Полностью планируемая покупка, частично планируемая покупка, незапланированная покупка. Выбор источника и предмета покупки. Внутримаркетинговые факторы покупки в оффлайн- (традиционных) и онлайн- (Интернет) магазинах. Процессы после покупки. Реакция на покупку. Ритуальное и простое потребление. Сферы и пути формирования ритуального потребления.	1		1		10	12	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу- точной аттестации
			4	5	6	7	8	9	
1	2	3							10
		Послепокупочная оценка альтернатив: удовлетворенность/неудовлетворенность потребителя. Ожидания реального исполнения продукта. Варианты отклонений исполнения продукта от ожиданий потребителя. Реакция потребителей в случае неудовлетворенности, формы проявления. Пути сохранения потребителей. Варианты избавления потребителя от продукта: полное избавление, переработка, ремаркетинг.							
17	2	Раздел 4.7 Промежуточная аттестация						0	ЗаО
18		Тема 3.6 Контроль самостоятельной работы							
19		Тема 4.6 Контроль самостоятельной работы							
20		Всего:	12		12		84	108	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 12 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	2	Тема 1.1. Сущность понятий потребитель, поведение потребителей. Потребители. Потребление как обретение, использование товаров в материальной форме, услуг и идей, потребление и избавление от них. Модель потребительского поведения.	Потребление как обретение, использование товаров в материальной форме, услуг и идей, потребление и избавление от них. Модель потребительского поведения (дискуссия)	1
2	2	Тема 2.1. Разнообразие ценностей общества. Ценности, ориентированные на других, на природу, ценности, ориентированные на себя. Культурные вариации в вербальных и невербальных коммуникациях. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии. Социальное положение потребителей и маркетинг. Концепция и детерминанты социального класса. Ролевое поведение в семейных покупках и его использование в маркетинговых решениях. Потребительская социализация, ее методы и маркетинговое использование.	Разнообразие культурных ценностей общества (ситуационные задания)	1

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
3	2	Тема 3.1. Восприятие и его роль в обработке информации потребителем.	Восприятие и его роль в обработке информации потребителем (практические задания)	1
4	2	Тема 3.2. Обучение, память потребителя и позиционирование продукта.	Обучение, память потребителя и позиционирование продукта. (практические задания)	1
5	2	Тема 3.3. Мотивация и эмоции потребителя.	Мотивация и эмоции потребителя. (практические задания)	1
6	2	Тема 3.4. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей.	Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей (практические задания)	1
7	2	Тема 3.5. Знание потребителя о продукте. Отношение к покупке.	Знание потребителя о продукте. Отношение к покупке (практические задания)	1
8	2	Тема 4.1. Ситуационные факторы в принятии покупательских решений.	Ситуационные факторы в принятии покупательских решений (практические задания)	1
9	2	Тема 4.2. Процесс потребительского решения	Этапы процесса принятия решения о покупке: осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив до покупки, покупка, потребление, оценка альтернатив после покупки, избавление/отказ от использования. (практические задания)	1
10	2	Тема 4.3. Осознание потребителем потребности и информационный поиск.	Осознание потребителем потребности; несоответствие желаемого и реального состояний, порог несоответствия. (практические задания)	1
11	2	Тема 4.4 Потребительская оценка и выбор альтернатив	Потребительская оценка и выбор альтернатив (практические задания)	1
12	2	Тема 4.5. Покупка.	Послепокупочная оценка альтернатив: удовлетворенность/ неудовлетворенность потребителя (практические задания)	1
ВСЕГО:				12 / 0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для реализации познавательной и творческой активности студентов в учебном процессе используются современные образовательные технологии, дающие возможность повышать качество образования, более эффективно использовать учебное время и снижать долю репродуктивной деятельности учащихся за счет снижения времени, отведенного на выполнение самостоятельной работы. В рамках дисциплины «Поведение потребителей» предусмотрены следующие образовательные технологии:

- ? по уровню применения: педагогические;
- ? по организационной формам: групповые, классно-урочные;
- ? по типу управления познавательной деятельностью: классическо-лекционные, обучение с помощью технических средств, по книге, система малых групп;
- ? по подходу к обучаемому: личностно-ориентированные, технологии сотрудничества;
- ? по преобладающему методу: объяснительно-иллюстративными; развивающее обучение; проблемно-поисковое, игровые.

В учебном процессе предусмотрено использование рейтинговой технологии (рейтинговой шкалы оценки), технологий на основе активизации и интенсификации деятельности обучающихся (игровое обучение, проблемное обучение, использование схемных моделей учебного материала, компьютерные технологии).

Достижимые результаты от применения образовательных технологий:

Образовательные

технологии Достижимые результаты

Проблемное обучение Рассмотрение проблемных ситуаций во время проведения практических занятий и проблемной лекции и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению. Один из приемов, используемых на лекциях – создание проблемной ситуации. Самым простым в данном случае является достаточно четкое определение темы нового материала и выделение тех основных вопросов, в которых надлежит разобраться обучающимся. В результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности.

Исследовательские методы в обучении Используется при подготовке реферата и докладов.

Метод дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения.

Обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа) На практических занятиях, во время проведения дискуссии, лекции диалог. Сотрудничество трактуется как идея совместной развивающей деятельности.

Информационно-коммуникационные технологии Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Рабочей программой предусмотрено использование активных и интерактивных форм проведения занятий (круглый стол, лекция-визуализация, лекция диалог, семинар-дискуссия, разбор конкретных практических ситуаций, презентации докладов с широким обсуждением в группе) с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов.

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекций и практических занятий и самостоятельной работы студентов.

Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по подходу к обучаемому являются личностно-ориентированными с применением технологии сотрудничества; по преобладающему методу: объяснительно-иллюстративными; направлены на развивающее и проблемно-поисковое обучение.

Лекции проводятся в следующих формах

Проблемная лекция. Преподаватель в начале и по ходу изложения учебного материала

создает проблемные ситуации и вовлекает студентов в их анализ. Разрешая противоречия, заложенные в проблемных ситуациях, обучаемые самостоятельно могут прийти к тем выводам, которые преподаватель должен сообщить в качестве новых знаний.

Лекция-визуализация. В данном типе лекции передача преподавателем информации студентам сопровождается показом различных рисунков, структурно-логических схем, опорных конспектов, диаграмм и т. п. с помощью ЭВМ (слайды, видеозапись, интерактивная доска и т. д.).

Лекция-диалог. Содержание подается через серию вопросов, на которые студенты должны отвечать непосредственно в ходе лекции.

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения, проблемно-поискового и игрового обучения.

Активный семинар. В процессе семинара студенты выступают с презентациями, отвечают на вопросы аудитории и преподавателя. В конце семинара проводится групповое обсуждение.

Метод дискуссии выступает базовым в системе интерактивных методов обучения.

Дискуссия – это коллективное обсуждение конкретной проблемы, вопроса или сопоставление разных позиций, информации, идей, мнений и предложений. Во время дискуссии оппоненты могут либо дополнять друг друга, либо противостоять один другому. В первом случае больше будут проявляться качества, присущие диалогу, во втором – дискуссия будет носить характер спора, т. е. отстаивание своей позиции. Как правило, в дискуссии присутствуют оба эти элемента.

«Мозговой штурм» («мозговая атака») представляет собой разновидность групповой дискуссии, которая характеризуется отсутствием критики поисковых усилий, сбором всех вариантов решений, гипотез и предложений, рожденных в процессе осмысления какой-либо проблемы, их последующим анализом с точки зрения перспективы дальнейшего использования или реализации на практике.

Исследование с последующей групповой дискуссией. Данная технология предполагает знакомство студентов с инструментарием для исследования отдельных психологических характеристик индивида. Исследование осуществляется каждым студентом самостоятельно. По окончании исследования проводится дебрифинг.

Групповое задание. Студентам выдается описание конкретной ситуации и вопросы (задания) к ней. Студенты вначале работают самостоятельно, затем проводится обсуждение в малых группах, в ходе которого студенты должны выработать общую позицию по решению кейса. Затем представители малых групп выступают с мини презентациями. В конце проводится дебрифинг.

Опросы. Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении зачета в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения задачи. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы.

Использование при проведении опроса технологии «нумерация студентов».

Каждому участнику присваивается определенный порядковый номер (первый, второй, третий, четвертый). Преподаватель задает вопрос и просит, чтобы «студенты вместе подумали над ответом». Преподаватель называет номер и только студенты с этим номером могут поднимать руки для ответа.

Письменные блиц-опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный блиц-опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения зачета, когда необходимо проверить знания студентов по всему курсу.

Решение заданий в тестовой форме. Проводится два раза в течение изучения дисциплины (семестр) письменно. Не менее, чем за 2 недели до проведения тестирования, преподаватель должен подготовить бланки заданий, а также определить критерии оценки. Не менее, чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен передать студентам исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме и теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки. Каждому студенту отводится на тестирование 40 минут, по 2 минуты на каждое задание. Оценка результатов тестирования производится преподавателем в соответствии с ключами к тесту, результат сообщается через неделю. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка конспектов лекций, докладов и презентаций

Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение ситуационных задач, анализ конкретных ситуаций, работа с данными) для оценки умений и навыков.

Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	2	Тема 1.1. Сущность понятий потребитель, поведение потребителей. Потребители. Потребление как обретение, использование товаров в материальной форме, услуг и идей, потребление и избавление от них. Модель потребительского поведения.	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с тестами, вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	5
2	2	Тема 2.1. Разнообразии ценностей общества. Ценности, ориентированные на других, на природу, ценности, ориентированные на себя. Культурные вариации в вербальных и невербальных коммуникациях. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии. Социальное положение потребителей и маркетинг. Концепция и детерминанты социального класса. Роль поведения в семейных покупках и его использование в маркетинговых решениях. Потребительская социализация, ее методы и маркетинговое использование.	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	5
3	2	Тема 3.1. Восприятие и его роль в обработке информации потребителем.	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; 	5

			<ul style="list-style-type: none"> - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	
4	2	Тема 3.2. Обучение, память потребителя и позиционирование продукта.	<ul style="list-style-type: none"> -- конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	5
5	2	Тема 3.3. Мотивация и эмоции потребителя.	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	5
6	2	Тема 3.4. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей.	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	5
7	2	Тема 3.5. Знание потребителя о продукте. Отношение к покупке.	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	4
8	2	Тема 4.1. Ситуационные факторы в принятии покупательских решений.	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	10
9	2	Тема 4.2. Процесс потребительского решения	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	10
10	2	Тема 4.3. Осознание потребителем потребности и информационный поиск.	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	10
11	2	Тема 4.4 Потребительская	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; 	10

		оценка и выбор альтернатив	<ul style="list-style-type: none"> - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	
12	2	Тема 4.5. Покупка.	<ul style="list-style-type: none"> - конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; - проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) и подготовка докладов; - выполнение индивидуальных заданий; - работа с вопросами для самопроверки; - работа над рефератом 	10
ВСЕГО:				84

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебное пособие. 312 с	Дубровин, И.А.	М.: Дашков и К, 2015, 0	Все разделы
2	Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебник. 280 с	Меликян, О.М	М.: Дашков и К, 2014. , 0	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Микроэкономика в 2 Т. Т.1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков. 4-е изд. Учебник для бакалавриата и магистратуры	Деньгов В.В	Научная школа: Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2016, 0	Все разделы
4	Микроэкономика. Практикум Учебное пособие для бакалавров	Розанова Н.М.	Научная школа: Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики" (НИУ ВШЭ) (г. Москва), 2016 http://bibli-online.ru , 0	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. www.creativeconomy.ru журнал креативная экономика -
2. www.grebennikon.ru журнал маркетинг и маркетинговые исследования -
3. www.marketing-magazine.ru журнал маркетинг-менеджмент
4. www.garant.ru информационная система
5. www.google.ru поисковая система -
6. <http://www.pattern-cr.ru/Lectures/3.html> Поведение потребителей: электронный учебник
http://portal.tpu.ru/SHARED/m/MARKET/Uch_material/Tab1/Consumer_behaviour_of_consumers.pdf Поведение потребителей: Учебное пособие / Л.С. Драганчук. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 192 с. //
7. <http://www.4p.ru> Электронный журнал по маркетингу
8. <http://www.e-executive.ru> Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу
9. <http://www.marketing.spb.ru> Энциклопедия маркетинга, представлены маркетинговые исследования, книги и статьи по маркетингу и др.

10. <http://marketing.rbc.ru> Портал компании РосБизнесКонсалтинг, включает результаты маркетинговых исследований товарных рынков и рынков услуг, регионов
11. <http://www.sostav.ru> Информационно-аналитический портал «Маркетинг, реклама, PR»
12. <http://www.marketology.ru> Сайт Гильдии маркетологов
13. www.4p.ru
14. www.dis.ru
15. www.marketing.spb.ru
16. www.grebennikov.ru
17. www.ram.ru
18. www.wciom.ru

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Реализация программы дисциплины «Поведение потребителей» требует наличия программного обеспечения: MicrosoftOffice, MicrosoftPowerPoint.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

Аудиторные компьютеры оснащаются лицензионным программным обеспечением, обеспечивающим удовлетворительную скорость получения материалов из сети Интернет, надежную демонстрацию видеоматериалов различных форматов.

Для проведения аудиторных занятий и самостоятельной работы требуется:

1. Рабочее место преподавателя с персональным компьютером, подключённым к сетям INTERNET и INTRANET.
2. Специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

наличия: технических средств обучения: компьютерное и мультимедийное оборудование; доступность к сети Интернет; специализированной мебели: доска аудиторная, стойка-кафедра, рабочих мест по количеству студентов.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины (далее - РПД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, с графиком консультаций преподавателя.

На первом занятии студенты получают материалы курса (теоретические материалы для изучения, а также файлы «Методические указания для обучающихся по усвоению дисциплины» и «Составляющие рейтинговой оценки») в электронном виде.

1.1. Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс)

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания преподавателя.

Подготовка студентов к лекции включает в себя:

? просмотр материала предшествующей лекции;

- ? ознакомление с примерным содержанием предстоящей лекции просмотром темы, программы и контрольных вопросов учебника;
- ? выявление материала, наиболее слабо освещенного в учебнике;
- ? выяснение вопросов, достойных наибольшего внимания;
- ? создание психологической настроенности.

При слушании и восприятии лекции студент должен усвоить:

- ? научную сущность и идейную направленность лекции;
- ? взаимосвязь лекции с другими лекциями и смежными науками;
- ? научную логику связи теории с жизнью;
- ? глубоко осмыслить сформулированные законы и понятия науки, приведенные факты, доказательства, аргументацию.

Успех лекции зависит не только от искусства лектора, но и от умения студентов слушать лекции. Слушание лекции – это не только внешний активный, напряженный мыслительный процесс, но главным образом внутренний. Как и во время других занятий, на лекции преподаватель лишь организует определенную деятельность студентов, но выполнять ее они должны сами.

Одним из важных условий эффективности усвоения материала лекции является способность включаться в лекционный процесс. Это зависит от максимальной сосредоточенности и быстрого переключения внимания. Добиться устойчивости внимания не всегда легко. Каждая лекция не может быть настолько захватывающей и увлекательной, чтобы внимание было устойчивым «само по себе». Значит, каждому студенту нужно заставить себя не отвлекаться, проявляя большую силу воли. Другим условием правильного, наиболее продуктивного слушания лекции является развитие памяти.

Однако при всей своей важности курс лекций еще не обеспечивает полного и глубокого усвоения изучаемой науки. Достигнуть этого можно лишь при выработке собственного понимания изучаемого предмета, что возможно только в процессе самостоятельной работы не только над конспектом, но главным образом над учебниками и другими литературными источниками.

Ведение записей лекций необходимо по следующим причинам:

- ? сразу после лекции запоминается, и то на краткий срок, не более 40–45% учебного материала;
- ? ведение записей способствует организации внимания студентов;
- ? более прочному усвоению учебного материала;
- ? облегчению работы памяти (освобождение ее от запоминания отдельных учебных фактов, примеров и т.д.),
- ? сохранению в виде конспектов учебного материала для будущей самостоятельной работы;
- ? восстановлению в памяти прослушанного на лекции;
- ? подготовка к зачету;
- ? развитие и укрепление умений и навыков фиксации учебного материала.

В конспекте следует избегать подробной записи. Конспект не должен превращаться в единственный источник информации, а должен подводить студента к самостоятельному обдумыванию материала, к работе с учебной книгой. Независимо от того, есть учебник или нет, лекции записывать необходимо.

Правила ведения записей и оформление конспекта:

- ? начинать с даты занятий, названия темы, целей и плана лекции, рекомендованной литературы;
- ? вести конспект опрятно, содержательно, четко, разборчиво, грамотно;
- ? научиться выделять и записывать основные научные положения и факты, формулы и правила, выводы и обобщения; не перегружать записи отдельными фактами;
- ? выделять разделы и подразделы, темы и подтемы;

- ? применять доступные пониманию сокращения слов и фраз;
- ? записывать рекомендованную литературу;
- ? желательно выделять цветом названия темы, основные положения, выводы;
- ? записи вести на страницах с большими полями.
- ? Последующая работа над лекцией заключается в повторении ее содержания по конспекту (а еще лучше с привлечением дополнительных источников) вскоре после ее прослушивания, т.к. забывание материала, воспринятого любым способом идет особенно интенсивно сразу же после восприятия.
- Работа над конспектом лекции осуществляется по этапам:
- ? повторить изученный материал по конспекту;
- ? непонятные положения отметить на полях и уточнить;
- ? неоконченные фразы, пропущенные слова и другие недочеты в записях устранить, пользуясь материалами из учебника и других источников;
- ? завершить техническое оформление конспекта (подчеркивания, выделение главного, выделение разделов, подразделов и т.п.).

1.2. Рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям

Студентам следует:

- ? приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;
- ? до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- ? при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты;
- ? в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;
- ? в ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;
- ? на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Студентам, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющие письменного решения задач или не подготовившиеся к данному практическому занятию, рекомендуется не позже чем в 2-недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме, изучавшийся на занятии.

Студенты, не отчитавшиеся по каждой не проработанной ими на занятиях теме к началу зачетной сессии, упускают возможность получить положенные баллы за работу в соответствующем семестре.

1.2.1. Рекомендации к подготовке к дискуссии

Каждая дискуссия проходит три стадии развития: ориентация, оценка, консолидация.

На первой стадии происходит процесс «ориентации» и адаптации участников дискуссии к самой проблеме, друг к другу, общей атмосфере. Именно таким образом начинает выработываться некая установка на решение представленной проблемы.

Стадия «оценки» напоминает ситуацию сопоставления информации, различных позиций, генерирования идей.

На последней стадии консолидации предполагается выработка единых или компромиссных решений, мнений и позиций.

Этапы проведения

1. Выдвигаются проблемы. Затем в процессе групповой дискуссии студенты располагают проблемы по степени важности, значимости и выделяют наиболее «острую» для изучения в малых группах (на основе необходимого материала (концепции, принципы, факты, взгляды) – базовых сведений по изучаемой проблеме, а также научной литературе,

справочников, словарей, который выдается преподавателем).

2. Выделенная проблема становится предметом изучения и обсуждения в каждой малой группе.

3. Все группы последовательно предъявляют свой материал (факты, примеры, выработанную точку зрения, позиции) всей учебной группе.

4. Далее следует общая дискуссия: анализ высказанных позиций, принятие наиболее перспективных, дополнение, взаимообогащение разных точек зрения, расширение представлений, установок, способов поведения, изменение отношения к себе, к другим, к миру.

1.2.3. Рекомендации по подготовке к групповой дискуссии - «мозговому штурму» «Мозговой штурм» – разновидность групповой дискуссии, которая характеризуется отсутствием критики поисковых усилий, сбором всех вариантов решений, гипотез и предложений, рожденных в процессе осмысления какой-либо проблемы, их последующим анализом с точки зрения перспективы дальнейшего использования или реализации на практике.

Этапы проведения «мозгового штурма»

Вариант А (Проблемное занятие)

1. Постановка и осмысление проблемы. Один из студентов предлагает видение проблемы. Затем в ходе дискуссии (не более 5 минут) студенты предлагают свое понимание проблемной ситуации, определяются «правила игры», оговаривается то, что необходимо получить в конце занятия.

2. Генерирование вариантов решения проблемы. Студенты предлагают свои способы решения проблемы. Высказываемые идеи озвучиваются без доказательств. Принимаются к рассмотрению все идеи: реальные, фантастические, смешные, трудновыполнимые. Их фиксация производится преподавателем или одним из студентов. Каждому из выступающих отводится не более 30 секунд. Максимальный предел идей – половина от числа обучаемых.

3. Поиск аргументов в поддержку предложенных решений. Студенческая группа делится на подгруппы (3–5 человек). Происходит жеребьевка выдвинутых вариантов. Далее команды должны за 7–10 минут предоставить как можно больше предложений по аргументации доставшейся идеи. Следует отметить, что студенты должны будут работать даже с теми вариантами, которые им не нравятся, но достались в ходе жеребьевки.

4. Отбор наиболее аргументированных вариантов решений. Для отстаивания своей идеи от каждой подгруппы делегируется по 1 представителю, который должен представить работу подгруппы перед аудиторией за 1–2 минуты. По итогам выступлений отбирается половина наиболее удачных докладов, над которыми и продолжат работу студенты.

5. Критика отобранных решений. Студенческая группа вновь разбивается на подгруппы (3–5 человек), среди которых вновь и происходит жеребьевка оставшихся идей (вариантов). Задача подгрупп за 7–10 минут высказать наибольшее количество критических замечаний в адрес доставшейся идеи, обнаружить ее слабые стороны. Чем больше недостатков, слабостей, неясностей обнаружит подгруппа в варианте решения проблемы, тем лучше удастся найти решения на более поздних стадиях.

6. Отбор решений, наиболее устойчивых к критике. Этот этап аналогичен четвертому. В результате останется только половина идей, критика которой будет наиболее убедительной.

7. Продумывание способов реализации отобранных решений. Укрупнение подгрупп, жеребьевка оставшихся способов решения проблемы, поставленной в начале занятия. Задача каждой из подгрупп – разработка конкретных способов реализации оставшихся предложений, т. е. решения проблемы.

8. Обсуждение способов. Допускаются как позитивные, так и негативные выступления.

9. Подведение итогов. Отмечаются способы решения проблемы, которые оказались вне

поля зрения студентов.

Вариант В

1. Формулирование проблемы.
2. Формирование экспертной группы (3–4 человека), способной отобрать наилучшие идеи и разработать показатели и критерии оценки.
3. Тренировочная интеллектуальная разминка для приведения студентов в рабочее психологическое состояние за счет активизации их знаний, обмена мнениями и выработки общей позиции по проблеме. Осуществляется в форме экспресс-опроса студентов.
4. Генерирование идей. Студенты формулируют любые пришедшие им в голову варианты решений. Поощряется интеллектуальная активность участников, запрещаются любые комментарии в адрес высказанных идей и предложений к ним, блокируются невербальные эмоциональные реакции членов группы на услышанное. Работа ведется в максимально быстром темпе. Каждому студенту слово предоставляется на несколько секунд. Работа может вестись по кругу или вразнобой. Экспертная группа фиксирует все выдвинутые идеи. Общая продолжительность этапа 10–20 минут.
5. Оценка и отбор наилучших идей. Этап носит характер групповой дискуссии. Оценка и обсуждение проводятся в соответствии с заранее подготовленными критериями и показателями. Если ни один из предложенных вариантов не отвечает всем заданным критериям, возвращаемся к предыдущему этапу и проводим еще один «мозговой штурм».
6. Обобщение результатов «мозгового штурма». Резюмируются итоги «мозгового штурма» и итоги обсуждения его результатов.

1.2.4. Рекомендации к подготовке к панельной дискуссии

Цель: организация обсуждения проблемы в многочисленной группе (потоке).

Этапы проведения

1. Формулировка проблема дискуссии
2. Студенты делятся на группы по 6–8 человек, которые располагаются в аудитории по кругу.
3. Члены каждой группы выбирают и представителя, который будет в процессе дискуссии отстаивать их позицию.
4. В течение 15–20 мин. в группе обсуждается проблема и вырабатывается общая точка зрения.
5. Представители групп собираются в центре круга и получают возможность высказать мнение группы, отстаивая ее позиции. Остальные студенты следят за ходом обсуждения и тем, насколько точно представитель группы выражает общую позицию. Они не могут высказывать собственное мнение, а имеют возможность лишь передавать в ходе обсуждения записки, в которых излагают свои соображения.
6. Представители групп могут взять перерыв, чтобы проконсультироваться с остальными ее членами.
7. Панельное обсуждение заканчивается по истечении отведенного времени или после принятия решения.
8. После окончания дискуссии представители групп проводят критический разбор хода обсуждения, а решения принимаются уже всеми студентами.

Панельная дискуссия с применением техники «Аквариума»

Этапы проведения

1. Студенты вместе с преподавателем образуют два круга: внешний (наблюдатели) и внутренний (активные участники).
2. Члены внутреннего круга активно участвуют в обсуждении предложенного преподавателем вопроса. Остальные студенты наблюдают и выступают тогда, когда чья-либо версия их заинтересовала; они дополняют, задают вопросы, конкретизируют. При

этом «наблюдатель» должен встать рядом с активным участником, который привлек его своей версией.

3. После обсуждения одной проблемы (вопроса) студенты меняются местами (те, кто стоял за пределами круга, садятся в круг). Желательно, чтобы все студенты побывали в кругу.

Панельная дискуссия с применением техники «Снежный ком»

Цель: наработка и согласование мнений всех членов группы.

В активное обсуждение включаются все студенты. Количество человек может достигать 30–35.

Для проведения дискуссии понадобится большое количество карточек (половина листа А 4) и маркеры.

Этапы проведения

1. Студентам раздается по 4–8 карточек. Каждому предлагается написать по 4–8 вариантов решения какого-либо вопроса. На каждой карточке пишется только один вариант.

2. Студенты объединяются в пары. В результате обсуждения пара отбирает наиболее согласованные предложения-карточки. Их должно быть чуть больше половины от общей суммы карточек (например, из 10 карточек оставить только 6).

3. На третьем этапе студенты объединяются в четверки и путем дискуссии в группе оставляют чуть больше половины карточек от общей суммы (например, из 12 оставить 7).

4. Представитель группы защищает наработки, демонстрируя карточки аудитории. После этого карточки, зафиксированные скотчем на доске, комментируются каждой группой, проводится классификация и систематизация предложений, выделяются сходные варианты.

Варианты

1. Если группа многочисленная, то может использоваться индивидуальная работа – работа в тройках – работа в шестерках – пленарное обсуждение наработок.

2. Представление карточек со своими наработками группы могут осуществлять по принципу дополнения: после того как представит свои предложения микрогруппа, первой выполнившая задание, все остальные сопоставляют свои карточки с выставленными на доске и убирают совпавшие предложения. Точно такую же работу участники проводят после выступления каждой последующей микрогруппы, выставляя на доску только не повторяющиеся предложения.

1.2.5. Рекомендации по подготовке к практическому занятию в командах достижений
Данный метод предусматривает группу из 4–5 студентов и уделяет особое внимание «групповым целям» и успеху всей группы, который может быть достигнут только в результате самостоятельной работы каждого члена малой группы в постоянном взаимодействии с другими членами этой же группы при работе над заданием, подлежащему изучению.

Таким образом, задача каждого студента состоит не только в том, чтобы сделать что-то вместе, а в том, чтобы познать что-то вместе, чтобы каждый студент малой группы овладел необходимыми знаниями, сформировал нужные навыки и при этом, чтобы вся малая группа знала, чего достиг каждый ее участник.

Этапы проведения

1. Преподаватель дает обзорную лекцию по новому материалу с акцентом на тех моментах, по которым команды будут выполнять индивидуальные задания.

2. Далее студенты работают в командах над конспектами лекции, помогая друг другу понять ее содержание. Студенты могут задавать друг другу вопросы, проясняя непонятные для себя моменты. Вопросы преподавателю разрешается задавать только тогда, когда никто из членов команды не может ответить на них.

3. После проработки конспекта лекции учащиеся выполняют индивидуальные работы. На данном этапе помощь друг другу исключается, каждый член команды работает самостоятельно. Главная особенность данного метода заключается в системе оценки индивидуальных работ.

Оценка осуществляется по прогрессивно-сравнительному признаку: студент может пополнить копилку команды только в том случае, если его оценка за данную работу выше средней его оценки за предыдущие работы. Команда, набравшая по итогам изучения темы наибольшее количество баллов, считается победившей.

Метод Jigsaw «Пила»

Разработан профессором Элиотом Аронсоном в 1978 году и назван Jigsaw (в дословном переводе с английского – ажурная пила, машинная ножовка).

Этапы проведения

1. Студенты организуются в группы по 4–6 человек для работы над заданием, которое разбито на фрагменты (логические или смысловые блоки). Каждый член малой группы находит материал по своей части.

2. Затем студенты, изучающие один и тот же вопрос, но состоящие в разных малых группах, встречаются и обмениваются данной информацией как эксперты по данному вопросу. Это называется «встречей экспертов».

3. Далее они возвращаются в свои малые группы и обучают всему новому, что узнали сами от других членов малых групп. Те, в свою очередь, докладывают о своей части задания (как зубцы одной пилы).

Единственный путь усвоения материала всех фрагментов состоит в том, чтобы внимательно слушать партнеров по команде и делать записи. Студенты должны быть заинтересованы в том, чтобы их товарищи добросовестно выполнили свое задание, так как это отражается на их итоговой оценке. Отчитываются по всей теме каждый в отдельности и вся команда в целом.

На заключительном этапе преподаватель может попросить любого члена команды ответить на любой вопрос по данной теме.

Метод Jigsaw 2 «Пила 2»

В 1986 году Р. Славин разработал модификацию этого метода Jigsaw 2. Метод предусматривает работу студентов группами в 4–5 человек.

Этапы проведения

1. Вместо того чтобы каждый член малой группы получал отдельную часть общей работы, вся малая группа работает над одним и тем же заданием. Но при этом каждый член группы получает задание, которое разрабатывает особенно тщательно и становится в ней экспертом.

2. Проводятся встречи экспертов из разных групп.

3. В конце занятия все студенты проходят индивидуальный контрольный срез, который и оценивается. Результаты студентов суммируются. Малая группа, сумевшая достичь наивысшей суммы баллов, награждается.

2. Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных работ
Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

? руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;

- ? выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы;
- ? при подготовке к зачету параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

2.1. Методические рекомендации по работе с литературой

Любая форма самостоятельной работы студента (подготовка к семинарскому занятию, написание реферата, доклада и т.п.) начинается с изучения соответствующей литературы как в библиотеке, так и дома

. Основная литература - это учебники и учебные пособия. Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет ресурсы.

Рекомендации студенту:

выбранную монографию или статью целесообразно внимательно просмотреть. В книгах следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро;

? в книге или журнале, принадлежащие самому студенту, ключевые позиции можно выделять маркером или делать пометки на полях.

? при работе с Интернет-источником целесообразно также выделять важную информацию;

? если книга или журнал не являются собственностью студента, то целесообразно записывать номера страниц, которые привлекли внимание. Позже следует возвратиться к ним, перечитать или переписать нужную информацию. Физическое действие по записыванию помогает прочно заложить данную информацию в «банк памяти».

Выделяются следующие виды записей при работе с литературой:

Конспект - краткая схематическая запись основного содержания работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов. Хороший конспект должен сочетать полноту изложения с краткостью.

Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги.

Записи в той или иной форме не только способствуют пониманию и усвоению изучаемого материала, но и помогают вырабатывать навыки ясного изложения в письменной форме тех или иных теоретических вопросов.

2.2. Методические указания по выполнению презентации

Презентации должны быть выполнены в формате PowerPoint и состоять из 15 слайдов:

? 1 слайд должен содержать название учебного заведения, тему презентации, название темы, направление подготовки и профиль, ФИО, группу выполнившего презентацию обучающегося и ФИО проверяющего презентацию преподавателя;

? 2...14 слайды должны раскрывать суть заданной темы. При этом необходимо соблюдать требования по созданию презентаций (фон, размер шрифта, анимацию и т.д.);

? 15 слайд «Спасибо за внимание!».

2.3. Методические указания по подготовке к тестированию

При подготовке к контрольной работе и итоговому тестированию необходимо внимательно прочитать составленные ранее конспекты лекций, просмотреть порядок

выполнения практических работ и основные полученные в ходе практических занятий выводы. Ответить на вопросы. Сверить список вопросов с имеющейся информацией. Недостающую информацию необходимо найти в учебниках (учебных пособиях) или в других источниках информации.

Основные этапы подготовки:

- ? составление краткого плана подготовки;
- ? выделение основных положений, которые необходимо запомнить,
- ? повторить, выучить;
- ? выборочная проверка своих знаний по каждой теме (разделу);
- ? определение наиболее уязвимых мест в подготовке;
- ? проработка конспектов по ним;
- ? повторная выборочная проверка.

2.4. Методические рекомендации по подготовке доклада к дискуссии

Одной из форм самостоятельной работы студента является подготовка доклада, для обсуждения его на практическом (семинарском) занятии.

Цель доклада - развитие у студентов навыков аналитической работы с литературой, анализа дискуссионных позиций, аргументации собственных взглядов.

Подготовка докладов также развивает творческий потенциал студентов. Доклад готовится под руководством преподавателя, который ведет практические (семинарские) занятия.

Требования к выступлениям студентов на семинарах

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

1. Связь выступления с предшествующей темой или вопросом.
2. Раскрытие сущности проблемы.
3. Методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Студент не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность.

Обязательным требованием к выступающему, особенно в начале семинарского курса, является зачитывание плана выступления, доклада. Опыт показывает, что многие студенты, содержательно выступив по какому-либо вопросу, часто затрудняются сжато изложить основные положения своего доклада.

При планировании выступления составляется план не в начале работы, а уже после того, как выступление написано. В таких случаях выступление обычно представляет собой почти дословное воспроизведение фрагментов из учебных пособий без глубокого их осмысления.

В определенной ситуации можно осветить лишь один или два пункта доклада, что формирует гибкость мышления, способность переключать внимание, быстроту переориентировки, позволяет предотвращать повторения, выделять главное, экономить время.

Важнейшим требованием к выступлениям студентов является самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения и в то же время не быть слишком «специализированными». Примеры из области наук, близких к будущей специальности студента, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара.

Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в

процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Вопросы к выступающему

Вопросы к докладчику задают, прежде всего, студенты, а не преподаватель!

По своему характеру вопросы бывают уточняющими, наводящими, встречными; другая категория вопросов, например, казусных, может содержать предпосылки различных суждений, быть примером или положением, включающим кажущееся или действительное противоречие.

Уточняющие вопросы имеют своей целью заставить студента яснее высказать мысль, четко и определенно сформулировать ее, чтобы установить, оговорился ли он или имеет место неверное толкование проблемы (исправленная оговорка снимает вопрос, ошибочное мнение выносится на обсуждение участников семинара, но без подчеркивания его ошибочности).

Наводящие или направляющие вопросы имеют своей задачей ввести полемику в нужное русло, помешать нежелательным отклонениям от сути проблемы. Важно, чтобы такие вопросы приоткрывали новые сферы приложения высказанных положений, расширяли мыслительный горизонт студентов.

Встречные вопросы содержат требования дополнительной аргументации, а также формально-логического анализа выступления или его отдельных положений. Цель таких вопросов — формирование у студентов умения всесторонне и глубоко обосновывать выдвигаемые положения, способности обнаруживать логические ошибки, обусловившие неубедительность или сомнительность вывода.

Казусные вопросы предлагаются в тех случаях, когда в выступлении, докладе проблема освещена, в общем-то, верно, но слишком схематично, все кажется ясным и простым (хотя подлинная глубина проблемы не раскрыта) и в аудитории образуется «вакуум интересов». Возникает необходимость показать, что в изложенной проблеме не все так просто, как это может показаться.

Цель таких вопросов в том, чтобы сложное, противоречивое явление реальной действительности, содержащее в себе предпосылки для различных суждений, было осмыслено студентами в свете обсужденной теоретической проблемы, чтобы студент научился мыслить шире и глубже.

Вопрос может быть поставлен в чисто теоретическом плане, но могут быть упомянуты и конкретные случаи, события, по возможности близкие или хорошо известные участникам семинара, и предоставлена возможность самим комментировать их в плане теоретической проблемы, обсуждаемой на семинаре.

Вопросы, преследующие создание «ситуации затруднений», обычно представляют собой две-три противоречащих друг другу формулировки, из которых необходимо обнаружить и обосновать истинную, или же берется высказывание какого-либо автора (без указания его фамилии) для анализа. В основном характер таких вопросов совпадает с постановкой задач на самостоятельность мышления.

2.5. Методические рекомендации по выполнению письменных работ в рамках самостоятельной работы

К выполнению письменных работ в рамках любого вида самостоятельной работы можно приступать только после изучения соответствующей темы (раздела, подраздела).

При выполнении письменных работ в рамках самостоятельных работ необходимо соблюдать следующие общие требования:

? при написании опорного конспекта, письменных ответов на вопросы, рефератов и т.п. текст не должен дословно повторять текст учебника (учебного пособия), Интернет-ресурса или инструкции;

? текст необходимо писать грамотно, разборчиво;

? графический материал оформлять в соответствии с ГОСТом.

2.5.1. Методические указания по ведению и проработке опорного конспекта

Перед написанием конспекта следует внимательно прочесть весь текст целиком.

Выделить в нем основные положения, понятия, идеи, формулы и т.п. Определить главную мысль и установить взаимосвязи в тексте.

Разбить текст на разделы и подразделы.

Конспект выполняется в лекционной тетради ручкой. Графический материал, при необходимости, выполняется карандашом при помощи чертежных инструментов.

При ведении конспекта необходимо соблюдать следующие основные требования, которые помогут в дальнейшей работе с ним:

? запись должна быть краткой;

? при записи текста необходимо пользоваться сокращениями;

? необходимо применять выделения и разграничения.

Рекомендуются следующие выделения и разграничения:

? подчеркивание и отчеркивание для выделения заголовков, подзаголовков, выводов, тем;

? отступы для обозначения абзацев и пунктов плана, которые обозначаются в виде красной строки;

? нумерация;

? рамки, в которые обычно заключают определения, формулы, правила, законы;

? цветные выделения, которые должны быть системными.

Конспекты лекций рекомендуется систематически прорабатывать: перечитывать их, выправлять текст, делать дополнения, размечать цветом то, что должно быть глубоко и прочно закреплено в памяти.

Рекомендуется следующий алгоритм проработки конспекта лекции:

? необходимо перечитать написанный конспект в тот же день;

? после следующей лекции прочитать конспекты предыдущей и новой, и далее по мере накопления материала прочитывать его, тем самым материал откладывается в памяти.

Немаловажное значение имеет упорядочение записей лекции, которое заключается в определенной доработке конспекта – дополнении, исправлении новых терминов и т.д.

Следует это делать систематически, в процессе работы над учебной литературой. Кроме этого, доработка конспектов заключается в освоении записей, схем, рисунков, сделанных в ходе лекции не всегда четко и точно. При составлении конспекта необходимо пользоваться не менее чем тремя источниками информации, включая учебники и учебные пособия, Интернет-ресурсы и т.п.

2.5.2. Методические указания к подготовке реферата

Реферат - это краткий обзор максимального количества доступных публикаций по заданной теме, с элементами сопоставительного анализа данных материалов и с последующими выводами.

При проведении обзора должна проводиться и исследовательская работа, но объем ее ограничен, так как анализируются уже сделанные предыдущими исследователями выводы и в связи с небольшим объемом данной формы работы.

Выполнение реферата работы проводится с целью формирования общепрофессиональных компетенций и способностей к научно-исследовательской работе, позволяющих:

? осуществлять поиск и использование информации, сбор данных с применением современных информационных технологий, необходимых для решения профессиональных задач;

? выбирать инструментальные средства для обработки данных в соответствии с поставленной задачей, применяя современный математический и статистический аппарат, программные продукты;

? анализировать результаты расчетов, используя современные методы интерпретации данных, обосновывать полученные выводы.

Темы рефератов предлагаются студентам на выбор. Студент имеет право выбрать одну из заявленных кафедрой тем или тема может быть предложена студентом при условии обоснования им ее целесообразности.

Изменение или уточнение темы реферата возможно не позднее, чем за месяц до установленного срока защиты реферата на основании личного заявления студента, согласованного с руководителем, на имя заведующего кафедрой и утверждается заведующим кафедрой.

Основные задачи студента при написании реферата:

? с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме (как рекомендуемую, так и самостоятельно подобранную) для правильного понимания авторской позиции;

? верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;

? уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

Требования к содержанию:

? материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;

? необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)

? при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;

? реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой Вы солидарны.

Реферат должен содержать:

? введение, в котором обосновывается актуальность темы, формулируются цели и задачи работы;

? основную часть, которая включает: теоретические основы разрабатываемой темы, включая характеристику объекта и или (предмета) исследования, описание методики исследования, включая инструментальные средства для сбора и обработки данных в соответствии с поставленными задачами; анализ результатов исследования; предложения и прогнозы по рассматриваемой теме;

? заключение, в котором содержатся выводы и рекомендации относительно практического применения материалов работы;

? список используемых источников и интернет-ресурсов;

? приложения.

Общий объем реферата должен быть, как правило, не менее 20 и не более 25 страниц.

Реферат должен быть сдан для проверки в установленный срок.

Оценивая реферат, преподаватель обращает внимание на:

? соответствие содержания выбранной теме;

? отсутствие в тексте отступлений от темы;

? соблюдение структуры работы, четка ли она и обоснованна;

? умение работать с научной литературой - вычленять проблему из контекста;

? умение логически мыслить;

? культуру письменной речи;

? умение оформлять научный текст (правильное применение и оформление ссылок, составление библиографии);

? умение правильно понять позицию авторов, работы которых использовались при написании реферата;

? способность верно, без искажения передать используемый авторский материал;

? соблюдение объема работы;

? аккуратность и правильность оформления, а также технического выполнения работы.

Требования, предъявляемые к выполнению реферата

Работа должна выполняться 14 шрифтом TimesNewRoman через 1,5 межстрочный интервал, выравнивание текста — по ширине страницы, размеры оставляемых полей: левое - 30 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1,25 см.

Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов. Заголовки следует печатать с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Переносы слов в заголовках не допускаются. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Расстояние между заголовком и текстом при выполнении документа должно быть равно 2 интервалам. Расстояние между заголовками раздела и подраздела — 2 интервала. Каждый раздел текстового документа рекомендуется начинать с нового листа (страницы).

Содержание включает номера и наименования разделов и подразделов с указанием номеров страниц. Содержание включают в общее количество листов данного документа. Слово «Содержание» записывают в виде заголовка с прописной буквы. Наименования, включенные в содержание, записывают строчными буквами, начиная с прописной буквы. Иллюстрации (графики, схемы, диаграммы) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе. Иллюстрации, за исключением иллюстрации приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Слово «рисунок» и его наименование располагают посередине строки. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например, Рисунок 1.1. Иллюстрации, при необходимости, могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисуночный текст). Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами.

При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах раздела. Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Наименование таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Наименование таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером. Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в тексте. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера. Таблицу с большим числом строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица», ее номер и наименование указывают один раз слева над первой частью таблицы, а над другими частями также слева пишут слова «Продолжение таблицы» и указывают номер таблицы.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой. Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения.

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф — со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят. Таблицы слева, справа и снизу, как правило, ограничивают линиями. Допускается применять размер шрифта в таблице

меньший, чем в тексте. Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями не допускается. Горизонтальные и вертикальные линии, разграничивающие строки таблицы, допускается не проводить, если их отсутствие не затрудняет пользование таблицей. Заголовки граф, как правило, записывают параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф. Головка таблицы должна быть отделена линией от остальной части таблицы. Цифры в графах таблиц должны проставляться так, чтобы разряды чисел во всей графе были расположены один под другим, если они относятся к одному показателю. В одной графе должно быть соблюдено, как правило, одинаковое количество десятичных знаков для всех значений величин.

Нумерация страниц документа и приложений, входящих в состав этого документа, должна быть сквозная.

В тексте документа не допускается:

- ? применять обороты разговорной речи;
- ? применять произвольные словообразования;
- ? применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии;
- ? сокращать обозначения единиц физических величин, если они употребляются без цифр, за исключением единиц физических величин в головках и боковиках таблиц, и в расшифровках буквенных обозначений, входящих в формулы и рисунки.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- ? текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;
- ? каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

Оформление библиографии производится в соответствии с ГОСТ. Список использованных источников, как правило, содержит сплошную нумерацию. В начале списка использованных источников указывают Конституцию РФ, законы и подзаконные акты. Монографии, учебники, учебные пособия и статьи, опубликованные в периодической печати, размещают в очередности букв русского алфавита.

При оформлении списка литературы, обязательно указывают автора, название статьи/учебника/монографии, название периодического издания, если это статья, год издания и количество страниц.

Источники на иностранных языках помещаются в список после перечисления литературы, изданной на русском языке, в порядке очередности букв латинского алфавита.

Электронные ресурсы оформляются с указанием даты обращения к ним.