

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

17 сентября 2020 г.

Кафедра «Психология, социология, государственное и муниципальное управление»

Авторы Мусатова Оксана Алексеевна, к.псх.н., доцент
Поправко Дина Алексеевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология менеджмента, маркетинга, рекламы и предпринимательства

Направление подготовки:	<u>37.03.01 – Психология</u>
Профиль:	<u>Психология управления</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2018</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 1 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">М.Ю. Быков</p>
--	---

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 9925
Подписал: Заведующий кафедрой Быков Михаил Юрьевич
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) «Психология менеджмента, маркетинга, рекламы и предпринимательства» являются:

- ознакомление студентов с психологическими основами маркетинга, менеджмента, предпринимательства и рекламы;
- создание у студентов представления об основных направлениях маркетинговой, предпринимательской и рекламной деятельности;
- приобретение студентами умений и навыков стратегического планирования рекламных кампаний

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Психология менеджмента, маркетинга, рекламы и предпринимательства" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. Общая психология:

Знания: закономерности протекания психических процессов, формирования психических свойств и состояний;

Умения: использовать научные знания об особенностях протекания психических процессов и форсирования состояний для самоорганизации;

Навыки: психологическими приемами повышения эффективности собственной познавательной деятельности.

2.1.2. Психология личности:

Знания: Знать - психологические феномены, категории, методы изучения и описания закономерностей функционирования и развития личности с позиций существующих в отечественной и зарубежной науке подходов;

Умения: Уметь - анализировать психологические теории личности и ее развития в онтогенезе; прогнозировать изменения и динамику уровня развития и функционирования различных составляющих личности в норме и при психических отклонениях;

Навыки: Владеть - основными приемами диагностики, профилактики, коррекции личности; критериями выбора психодиагностических методик исследования личности; навыками анализа своей деятельности как профессионального психолога с целью оптимизации собственной деятельности.

2.1.3. Социальная психология:

Знания: систему мер государственного воздействия, направленных на улучшение качества и уровня жизни социальных групп

Умения: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию с целью улучшения ее функционирования. Уметь – анализировать свои личностные качества на основе психологических методик

Навыки: знаниями о современных технологиях эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации. Развивать личностные качества, способствующие повышению профессиональной грамотности

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Психологические проблемы личности

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	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	<p>Знать и понимать: экономические основы маркетинга и рекламы, объяснять логику маркетинга</p> <p>Уметь: анализировать содержание рекламных сообщений</p> <p>Владеть: навыками работы со специальной научной, учебной, справочной и учебно-методической литературой</p>
2	ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>Знать и понимать: маркетинговый смысл социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий в рекламных сообщениях</p> <p>Уметь: анализировать содержание рекламных сообщений с точки зрения учета особенностей различных целевых аудиторий</p> <p>Владеть: навыками составления суждения о равной значимости социальных, этических, конфессиональных и культурных различий</p>
3	ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<p>Знать и понимать: источники информации по вопросам маркетинга и рекламы</p> <p>Уметь: применять на практике информационно-коммуникационные технологии при анализе рекламных сообщений и маркетинговых коммуникаций</p> <p>Владеть: навыками работы со специальной научной, учебной, справочной и учебно-методической литературой</p>
4	ПК-7 способностью к участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях психологии	<p>Знать и понимать: основные методы маркетинговых исследований рынка и потребительского поведения</p> <p>Уметь: анализировать данные, полученные в ходе исследований</p> <p>Владеть: навыками систематизации данных, построения выводов и формулировки рекомендаций</p>

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

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

6 зачетных единиц (216 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 6	Семестр 7
Контактная работа	68	32,15	36,15
Аудиторные занятия (всего):	68	32	36
В том числе:			
лекции (Л)	34	16	18
практические (ПЗ) и семинарские (С)	34	16	18
Самостоятельная работа (всего)	121	76	45
Экзамен (при наличии)	27	0	27
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	216	108	108
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	6.0	3.0	3.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗЧ, ЭК	ЗЧ	ЭК

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
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	6	Раздел 1 Введение в дисциплину	4				36	40	
2	6	Тема 1.1 Понятие, предмет, методологические основы дисциплины Управленческая составляющая жизни человека и общества	2					2	
3	6	Тема 1.1 «Колесо менеджмента» - базисная парадигма последовательности феноменов человеческой практики	2					2	
4	6	Раздел 2 Основы и психологические аспекты маркетинга	12/4		16/10		40	68/14	
5	6	Тема 2.1 Психология маркетинга	2					2	ПК1
6	6	Тема 2.1 Понятие корпоративной культуры и психологический климат в организации	2/1					2/1	ЗЧ
7	6	Тема 2.1 Теория мотивации. Содержательные теории 2-х факторов Герцберга, теория существования, связи и роста Альдерфера, теория потребностей Мак-Клелланда. Процессуальные теории: модель Портера-Луолера.	2/1					2/1	
8	6	Тема 2.1 Теория мотивации. Первоначальные теории мотивации Х, Y и Z.	2/1					2/1	
9	6	Тема 2.1 Основные типы организационно-	2/1					2/1	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		управленческих структур. Теория стилей руководства							
10	6	Тема 2.1 Ребрендинг. Планирование и организация ребрейдинга.						0	ПК2
11	6	Тема 2.1 Планирование и организация маркетинговых исследований	2					2	
12	7	Раздел 3 . Основы и психологические аспекты рекламы	10/2		14/10		22	46/12	
13	7	Тема 3.1 . Виды и формы рекламы Понятие прямой рекламы. Имиджевая и продуктовая реклама. Печатная реклама. Анализ эффективности. Наружная реклама. Телевизионная реклама. Способы тестирования эффективности. Реклама на радио. Особенности рекламы в сети Интернет. Реклама на месте продажи.	2/1					2/1	
14	7	Тема 3.1 Способы анализа эффективности рекламы Психологические методы стимулирования продаж.	2/1					2/1	ПК2
15	7	Тема 3.1 Роль психических процессов в формировании рекламных образов Значение внимания для рекламной деятельности.	2					2	
16	7	Тема 3.1	2					2	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Структура рекламного воздействия. Рекламная стратегия и основное рекламное сообщение. Принципы построения рекламного сообщения.							
17	7	Тема 3.1 Психология рекламы. Принципы стратегического планирования маркетинговых коммуникаций. Понятие целевой аудитории. Типологии потребителя рекламы.	2					2	
18	7	Тема 3.1 Фирменный стиль в рекламе. Принципы разработки товарного знака						0	ПК1
19	7	Раздел 4 Основа и психология предпринимательства	8/2		4/2		23	62/4	
20	7	Тема 4.1 Психология предпринимательства.	2/1					2/1	
21	7	Тема 4.1 Различия в психологии и деятельности менеджера и предпринимателя.	2					29	ЭК
22	7	Тема 4.1 Особенности российского предпринимательства	2/1					2/1	
23	7	Тема 4.1 Психология бедности и психология богатства	2					2	
24		Тема 2.1 SWOT-анализ							
25		Тема 2.1 . Стратегии позиционирования и							
26		Тема 2.1 Брендинг.							

№ 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
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Планирование и организация брендинга							
27		Тема 4.1 Современное понятие предпринимательства. Виды и формы предпринимательской деятельности.							
28		Тема 4.1 Психология инвестиционного поведения.							
29		Тема 4.1 Психология финансовых рисков.							
30		Всего:	34/8		34/22		121	216/30	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 34 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	6	РАЗДЕЛ 2 Основы и психологические аспекты маркетинга	SWOT-анализ	2 / 1
2	6	РАЗДЕЛ 2 Основы и психологические аспекты маркетинга	Брендинг.	2 / 2
3	6	РАЗДЕЛ 2 Основы и психологические аспекты маркетинга	Основные направления маркетинговых исследований	2
4	6	РАЗДЕЛ 2 Основы и психологические аспекты маркетинга	Планирование и организация маркетинговых исследований	2 / 1
5	6	РАЗДЕЛ 2 Основы и психологические аспекты маркетинга	Ребрендинг.	2 / 2
6	6	РАЗДЕЛ 2 Основы и психологические аспекты маркетинга	Стратегии позиционирования	2 / 1
7	6	РАЗДЕЛ 2 Основы и психологические аспекты маркетинга	Теории мотивации.	2 / 2
8	6	РАЗДЕЛ 2 Основы и психологические аспекты маркетинга	Теория стилей руководства.	2 / 1
9	7	РАЗДЕЛ 3 . Основы и психологические аспекты рекламы	Виды рекламы	2 / 1
10	7	РАЗДЕЛ 3 . Основы и психологические аспекты рекламы	Основные понятия медиапланирования.	2 / 1
11	7	РАЗДЕЛ 3 . Основы и психологические аспекты рекламы	Основные составляющие фирменного стиля.	2 / 1

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
12	7	РАЗДЕЛ 3 . Основы и психологические аспекты рекламы	Построение рекламного сообщения. Принципы построения рекламного сообщения.	2 / 1
13	7	РАЗДЕЛ 3 . Основы и психологические аспекты рекламы	Принципы разработки товарного знака.	2 / 2
14	7	РАЗДЕЛ 3 . Основы и психологические аспекты рекламы	Психологические методы стимулирования продаж.	2 / 2
15	7	РАЗДЕЛ 3 . Основы и психологические аспекты рекламы	Типологии потребителя рекламы.	2 / 2
16	7	РАЗДЕЛ 4 Основа и психология предпринимательства	Виды предпринимательской деятельности.	2 / 1
17	7	РАЗДЕЛ 4 Основа и психология предпринимательства	Особенности психологии менеджера и предпринимателя в России.	2 / 1
ВСЕГО:				34/22

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Примерная тематика курсовых проектов (работ) – курсовые работы не предусмотрены рабочим учебным планом.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины «Психология менеджмента, маркетинга, рекламы и предпринимательства» осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью и на 72% являются традиционными классически-лекционными (объяснительно-иллюстративные), а также на 28 % проводятся с использованием интерактивных (диалоговых) технологий, в том числе мультимедиа-лекция, проблемная лекция, разбор и анализ конкретной ситуации.

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач) в объёме 46 час. Остальная часть практического курса (22 час.) проводится с использованием интерактивных (диалоговых) технологий, в том числе – для решения проблемных психологических задач, основанных на коллективных способах обучения, и для проведения компьютерного тестирования. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы (79 час.) относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на 4 раздела, представляющих собой логически завершённый объём учебной информации. 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.

Проведение занятий по дисциплине (модулю) возможно с применением электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий, реализуемые с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

В процессе проведения занятий с применением электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий применяются современные образовательные технологии, в том числе современные средства коммуникации, электронная форма обмена материалами, а также дистанционная форма групповых и индивидуальных консультаций.

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	6	РАЗДЕЛ 1 Введение в дисциплину	Проработка учебного материала по конспекту лекции, учебной и научной литературе. Подготовка докладов к семинарским занятиям. Самостоятельное освоение темы, изучение литературы из приведенных источников:	36
2	6	РАЗДЕЛ 2 Основы и психологические аспекты маркетинга	Проработка учебного материала по конспекту лекции, учебной и научной литературе. Подготовка докладов к семинарским занятиям. Самостоятельное освоение темы, изучение литературы из приведенных источников:	40
3	7	РАЗДЕЛ 3 . Основы и психологические аспекты рекламы	Проработка учебного материала по конспекту лекции, учебной и научной литературе. Подготовка докладов к семинарским занятиям. Самостоятельное освоение темы, изучение литературы из приведенных источников:	22
4	7	РАЗДЕЛ 4 Основа и психология предпринимательства	Проработка учебного материала по конспекту лекции, учебной и научной литературе. Подготовка докладов к семинарским занятиям. Самостоятельное освоение темы, изучение литературы из приведенных источников:	23
ВСЕГО:				121

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	Менеджмент : учебник для бакалавров	под общ. ред. И. Н. Шапкина. -	М. : Юрайт, 2013	НТБ МИИТ
2	Психология менеджмента : учеб. пособие	Столяренко А. М.	М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012	НТБ МИИТ
3	Психологические основы маркетинга и рекламы:	Посыпанова О.С.	Калуга: КГУ, 2015	[Электронный ресурс] http://elibrary.ru/item.asp?id=24772225
4	Психологическая компетентность руководителя : научное издание / М. А. Пономарева. -	Пономарева М.А.	М. : Форум, 2012	НТБ МИИТ

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
5	Менеджмент. Теория и практика : учебник для вузов	А. Н. Алексеев [и др.] ; под ред. И. Н. Шапкина. -	М. : Юрайт, 2014	НТБ МИИТ
6	Психология менеджмента: Учеб. пособие.	Карпов А.В.	М.: , 2005	НТБ МИИТ
7	Психология рекламы и "паблик рилейшнз", конфликтов, кадровой работы и управления персоналом : научное издание	Зазыкин В. Г.	М. , 2005	НТБ МИИТ
8	Психология и разработка рекламной продукции : учеб. пособие для вузов	Капран, Владимир Иванович.	М. : Академия, 2008	НТБ МИИТ
9	Маркетинг [Электронный ресурс]	Р. Калка, А. Мёссен.	М. : Академия, 2008	НТБ МИИТ
10	Психология рекламы. Учеб. пособие.	Мокшанцев Р.И	М.- Новосибирск: ИНФРА-М – Сибирское соглашение, 2006	НТБ МИИТ
11	Психология	Камнева	НАУЧНЫЙ	[Электронный

успешного предпринимательства	Е.В., Анненкова Н.В.	ВЕСТНИК МГИИТ, , 2012	ресурс]: http://elibrary.ru/item.asp?id=22310052
-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	--

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

1. Ресурсы специализированной литературы по дисциплине

<http://ru.wikipedia.org/>

<http://www.aup.ru/books/i005.htm>

<http://studentam.net/content/category/1/49/58/>

<http://www.sostav.ru/>

<http://adindex.ru/>

<http://www.advertology.ru/>

<http://www.propel.ru/>

<http://www.proreklamu.com/>

<http://e.lanbook.com>

<http://elibrary.ru/defaultx.asp>

3. Российская государственная библиотека: <http://www.rsl.ru>

2. Научно-техническая библиотека МИИТ: <http://library.miit.ru>

3. Поисковые системы: Yandex, Google, Mail.

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

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине требуется наличие следующего ПО: OS Windows, Microsoft Office, доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В случае проведения занятий с применением электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий требуемое ПО может быть заменено на их аналоги.

При организации обучения по дисциплине (модулю) с применением электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий также необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – библиотечному фонду Университета, сетевым ресурсам (при необходимости)

В образовательном процессе, при проведении занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, могут применяться следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ), Microsoft Teams, учебный портал ИЭФ и электронная почта.

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

Для проведения аудиторных занятий и самостоятельной работы требуется:

1. Рабочее место преподавателя с персональным компьютером, подключённым к сетям INTERNET.

2. Специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой и интерактивной доской.

3. Компьютерный класс с кондиционером. Рабочие места студентов в компьютерном классе, подключённые к сетям INTERNET.

4. Для проведения практических занятий: компьютерный класс; кондиционер; компьютеры с минимальными требованиями – Pentium 4, ОЗУ 4 ГБ, HDD 100 ГБ, USB 2.0. В случае проведения занятий с применением электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий необходимо наличие компьютерной техники, для организации коллективных и индивидуальных форм общения педагогических работников со студентами, посредством используемых средств коммуникации.
Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

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

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение учебного материала, после занятий и во время специально организуемых консультаций он может задать преподавателю интересующие его вопросы.

Лекционные занятия составляют основу теоретического обучения и дают систематизированные основы знаний по дисциплине, раскрывают состояние и перспективы развития соответствующей области науки, концентрируют внимание обучающихся на наиболее проблемных вопросах темы, стимулируют познавательную деятельность студентов и способствуют развитию их творческого мышления. Главная задача лекционного курса – сформировать у обучающихся системное представление об изучаемом предмете, обеспечить усвоение будущими специалистами основополагающего учебного материала, принципов и закономерностей развития соответствующей научно-практической области, а также методов применения полученных знаний, умений и навыков.

Основные функции лекций:

- познавательно-обучающая;
- развивающая;
- ориентирующе-направляющая;
- активизирующая;
- воспитательная;
- организующая;
- информационная.

Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике.

Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на лекции, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке специалиста важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание основ психологии как науки, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий. Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с

исходными данными, научной литературой и специальными документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий.

Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтра. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к зачету и тестовые материалы, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств является составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины.

Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная и дополнительная литература.