

**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
<b>ВСЕГО:</b>				<b>34/22</b>

#### 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
<b>ВСЕГО:</b>				<b>121</b>

## 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] <a href="http://elibrary.ru/item.asp?id=24772225">http://elibrary.ru/item.asp?id=24772225</a>
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]: <a href="http://elibrary.ru/item.asp?id=22310052">http://elibrary.ru/item.asp?id=22310052</a>
-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	--

## **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.