

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	Неделя			
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические занятия	18	18	18	18
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	36,3	36,3	36,3	36,3
Контактная работа	36,3	36,3	36,3	36,3
Сам. работа	35,7	35,7	35,7	35,7
Итого	72	72	72	72

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	9 (5.1)		Итого	
	Неделя			
Неделя	16			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
Практические занятия	8	8	8	8
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	12,3	12,3	12,3	12,3
Контактная работа	12,3	12,3	12,3	12,3
Сам. работа	55,7	55,7	55,7	55,7
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

**Распределение часов дисциплины по семестра
заочная форма**

Курс	5		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические занятия	6	6	6	6
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	10,3	10,3	10,3	10,3
Контактная работа	10,3	10,3	10,3	10,3
Сам. работа	58	58	58	58
Часы на контроль	3,7	3,7	3,7	3,7
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

к.э.н, доцент Демченко А.А.



Рецензент(ы):

к.э.н, доцент

Афанасьева Л.А

Рабочая программа дисциплины

Маркетинговые коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963)

составлена на основании учебного плана:

38.03.06 Торговое дело

Профиль "Коммерция"

утвержденного учёным советом вуза от 31.08.2023 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра экономики

Протокол от 30.08.2023 г. № 1

Срок действия программы: 2023-2024 уч.г.

Зав. кафедрой Окорочков Владимир Михайлович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Кафедра экономики

Протокол от _____ 2024 г. № ____
Зав. кафедрой Огороков Владимир Михайлович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Кафедра экономики

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Огороков Владимир Михайлович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Кафедра экономики

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Огороков Владимир Михайлович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Кафедра экономики

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Огороков Владимир Михайлович

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель - Приобретение знаний и умений по выработке и внедрению эффективных решений в области маркетинговых коммуникаций.

Задачи – использовать в практической деятельности организации информацию, полученной в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга; участвовать в разработке маркетинговой стратегии организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленную на ее реализацию; анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры; находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; знаниям экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и уметь проводить анализ конкурентной среды отрасли; анализировать поведение потребителей услуг организаций сферы культуры и формирование спроса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:		Б1.В.11
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Методы стимулирования продаж	
2.1.2	Международная торговля	
2.1.3	Экономическое управление бизнесом	
2.1.4	Биржевое дело	
2.1.5	Управление ценовой политикой	
2.1.6	Товарная политика	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Преддипломная практика	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-5.3: Способен анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления; анализировать и пересматривать свои взгляды в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации

Знать: исторические факты, социокультурные явления конфликтов в межкультурной коммуникации

Уметь: анализировать философские и исторические факты, социокультурные явления

Владеть: навыками осуществления пересмотра своих взглядов в случае конфликтов в межкультурной коммуникации

ПК-3.1: Выбирает и оценивает эффективные каналы продаж, в т.ч. цифровые

Знать: особенности каналов продаж, в т.ч. цифровых

Уметь: анализировать эффективные каналы продаж

Владеть: навыками выбора каналов продаж, в т.ч. цифровые

ПК-3.3: Участвует в организации, продвижении, оценке эффективности рекламы предприятия, в т.ч. в цифровой среде

Знать: особенности продвижении, оценки эффективности рекламы предприятия

Уметь: анализировать особенности продвижении, оценивать эффективность рекламы предприятия

Владеть: навыками оценки эффективности рекламы предприятия, в т.ч. в цифровой среде

ПК-5.2: Анализирует факторы ценообразования и формирует цены на товары, работы и услуги

Знать: факторы ценообразования

Уметь: анализировать факторы ценообразования

Владеть: навыками формирования цен на товары, работы и услуги

ПК-6.1: Понимает основы оценки эффективности сбытовой политики в организации

Знать: особенности сбытовой политики в организации

Уметь: анализировать сбытовой политики в организации

Владеть: навыками оценки эффективности сбытовой политики в организации

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать: методы маркетинговых коммуникаций; формы маркетинговых коммуникаций на внутреннем и внешнем рынках в зависимости от потребностей покупателей; концепцию рекламной и PR-деятельности в условиях современного рынка.

3.2	Уметь: правильно выбрать вид продвижения и инструмент маркетинговых коммуникаций; определять критерии выбора каналов распространения рекламы, стимулирования сбыта, связей с общественностью, социальных медиа; составить оперативные планы кампаний маркетинговых коммуникаций.
3.3	Владеть: навыками прогнозирования спроса покупателей на основе изучения конъюнктуры товарного рынка; навыками удовлетворения потребностей клиентов посредством применения инструментария маркетинговых коммуникаций.

стр. 6

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
очная форма							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов всего/л/пр	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Сам. работа
1.	Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций. Основные факторы, определяющие процесс формирования программы маркетинговых коммуникаций.	8/4	4/2/2	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		5,7
2.	Тема 2. Основные направления ПР. Паблицити как направленность ПР. Формирование и защита имиджа предприятия. Спонсорство, благотворительность, меценатство.	8/4	4/2/2	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		5
3.	Тема 3. Ярмарки и выставки. Организация подготовки и проведения ярмарок, выставок.	8/4	4/2/2	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		5
4.	Тема 4. Особенности личной продажи как инструмента коммуникации	8/4	4/2/2	УК-5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		4
5.	Тема 5. Процесс личной продажи и его технологии	8/4	4/2/2	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	4
6.	Тема 6. Служба сбыта на предприятии, ориентированная на маркетинг	8/4	4/2/2	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	4
7.	Тема 7. Основные решения в сфере стимулирования сбыта. Стимулирование сферы торговли и потребителей	8/4	6/3/3	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.3	2	4
8.	Тема 8. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия	8/4	6/3/3	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.3	2	4
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
очно-заочная форма							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов всего/л/пр	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Сам. работа
1.	Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций. Основные факторы, определяющие процесс формирования программы маркетинговых коммуникаций.	9/5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7
2.	Тема 2. Основные направления ПР. Паблицити как направленность ПР. Формирование и защита имиджа предприятия. Спонсорство, благотворительность, меценатство.	9/5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7

3.	Тема 3. Ярмарки и выставки. Организация подготовки и проведения ярмарок, выставок.	9/5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7
4.	Тема 4. Особенности личной продажи как инструмента коммуникации	9/5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7
5.	Тема 5. Процесс личной продажи и его технологии	9/5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	7
6.	Тема 6. Служба сбыта на предприятии, ориентированная на маркетинг	9/5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	7
7.	Тема 7. Основные решения в сфере стимулирования сбыта. Стимулирование сферы торговли и потребителей	9/5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.3	2	7
8.	Тема 8. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия	9/5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.3	2	6,7

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
заочная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс	Часов всего/л/пр	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Сам.работа
1.	Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций. Основные факторы, определяющие процесс формирования программы маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации.	5	1/0,5/0,5	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7
2.	Тема 2. Основные направления ПР. Паблицити как направленность ПР. Формирование и защита имиджа предприятия. Спонсорство, благотворительность, меценатство. Лоббирование как особый вид ПР.	5	1/0,5/0,5	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7
3.	Тема 3. Ярмарки и выставки. Организация подготовки и проведения ярмарок, выставок.	5	1/0,5/0,5	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7
4.	Тема 4. Особенности личной продажи как инструмента коммуникации	5	1/0,5/0,5	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7
5.	Тема 5. Процесс личной продажи и его технологии	5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	7

6.	Тема 6. Служба сбыта на предприятии, ориентированная на маркетинг	5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	7
7.	Тема 7. Основные решения в сфере стимулирования сбыта. Стимулирование сферы торговли и потребителей	5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.3	2	8
8.	Тема 8. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия	5	1,5/0,5/1	УК 5.3 ПК 3.1 ПК 3.3 ПК 5.2 ПК 6.1	6.1.1.1 6.1.1.3	2	8

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к зачету

1. Выбор структуры комплекса коммуникаций Виды технологических планировок торгового зала
2. Понятие и виды личной продажи
3. Разработка бюджета и анализ результатов коммуникационной стратегии
4. Виды личных продаж
5. Стимулирование сбыта: сущность, основные понятия.
6. Способы получения и обработки информации
7. Понятие и состав элементов комплекса маркетинговых коммуникаций.
8. Организация проведения стимулирования продаж.
9. Значение маркетинговых коммуникаций в системе маркетинга
10. ПР: значение и содержание.
11. Этапы разработки эффективной коммуникации.
12. Понятие и виды личной продажи
13. Понятия «реклама», «личная продажа», «стимулирование продаж», «общественные связи».
14. Направления прямого маркетинга: телемаркетинг, телевизионный маркетинг, личная продажа.
15. Продажа товаров по каталогам
16. Выбор структуры комплекса коммуникаций.
17. Продажа товаров с индивидуальным обслуживанием.
18. Организация проведения стимулирования продаж.
19. Разработка бюджета и анализ результатов коммуникационной стратегии
20. Основные средства стимулирования сбыта.
21. Реклама и ее сущность
22. Выбор структуры комплекса коммуникаций.
23. Модель процесса маркетинговых коммуникаций.
24. Воздействие коммуникаций на потребности и ценности.
25. Личная продажа как элемент маркетинговых коммуникаций.
26. Экономическая эффективность рекламы.
27. Значение маркетинговых коммуникаций в системе маркетинга.
28. Задачи, функции и требования к рекламе
29. Планирование рекламной деятельности. Рекламная кампания.
30. Основные средства стимулирования сбыта.

5.2. Темы письменных работ

Темы рефератов:

1. Понятие и состав элементов комплекса маркетинговых коммуникаций.
2. Значение маркетинговых коммуникаций в системе маркетинга.
3. Коммуникационный процесс: сущность, состав элементов и связи между ними.
4. Основные направления рекламной деятельности.
5. Задачи, функции и требования к рекламе.
6. Планирование рекламной деятельности. Рекламная кампания.
7. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
8. Составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций.
9. Понятия «реклама», «личная продажа», «стимулирование продаж», «общественные связи».
10. Модель процесса маркетинговых коммуникаций.
11. Этапы разработки эффективной коммуникации.
12. ПР: значение и содержание.
13. Взаимоотношение ПР, рекламы и пропаганды.
14. Воздействие коммуникаций на потребности и ценности.
Сущность прямого маркетинга: признаки, цели и формат сообщений.
15. Личная продажа как элемент маркетинговых коммуникаций.
16. Стратегии личных продаж.
17. Направления прямого маркетинга: телемаркетинг, телевизионный маркетинг, личная продажа. Отличия элементов. Примеры использования каждого направления.

5.3. Фонд оценочных средств

Оценочные материалы для текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы рассмотрены и одобрены на заседании кафедры от « 30 » 08 2023 г. протокол № 1, являются приложением к рабочей программе

5.4. Перечень видов оценочных средств

практические задания, кейс, эссе, тест, ситуационные задачи

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

- 6.1.1.1. Маркетинговые коммуникации / Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. - М.: Дашков и К, 2018. - 196 с.: ISBN 978-5-394-01090-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/511986>
- 6.1.1.2. Маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.Н. Красюк. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 272 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/920502>
- 6.1.1.3.. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб.пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2> - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/953324>

6.1.2. Дополнительная литература

- 6.1.2.1. Маркетинговые коммуникации: Учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. - 384 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0194-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/226894>
- 6.1.2.2. Маркетинговые коммуникации: Учебник / Под ред. И.Н. Красюк. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 272 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004956-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/247665>
- 6.1.2.3. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы : монография / А.В. Христофоров, И.В. Христофорова, А.Е. Суглобов [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф А.Е. Суглобова. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 159 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; URL: <http://www.znanium.com>]. — (Научная мысль). — <https://doi.org/10.12737/13266>. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/774094>
- 6.1.2.4. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2022. - 216 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01121-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/350959>

6.2. Перечень ресурсов сети «Интернет»

- 6.2.1 Научная электронная библиотека (электронные статьи по экономике) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
- 6.2.2 Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (электронные статьи) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)
- 6.2.3 Электронная библиотека по бизнесу, финансам, экономике и смежным темам (электронные книги) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finbook.biz>.
- 6.2.4 Научная электронная библиотека (электронные статьи по экономике) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
- 6.2.5 Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (электронные статьи) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)
- 6.2.6 Электронная библиотека по бизнесу, финансам, экономике и смежным темам (электронные книги) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finbook.biz>.
- 6.2.7 <http://www.rsl.ru/> (сайт Российской Государственной библиотеки).
- 6.2.8 <http://www.gks.ru/>(сайт Г оскомстата РФ).
- 6.2.9 <http://www.hrm.ru/>(специализированный сайт для HRменеджеров).
- 6.2.10 <http://www.minzdravsoc.ru/>(сайт Министерства труда и социального развития РФ).
- 6.2.11 <http://www.chelt.ru/>(сайт журнала "Человек и труд").
- 6.2.12 <http://elibrary.ru/defaultx.asp> Научная электронная библиотека.
- 6.2.13 <http://www.minfin.ru> Министерство финансов РФ

6.3.1 Перечень программного обеспечения

- 6.3.1.1. ConsultantPlus (правовая информационная система, договор №459363 от 21.11.2019, российское ПО)
- 6.3.1.2. Windows 7 (операционная система, договор № 48509295 от 17.05. 2011)
- 6.3.1.3. MSOffice2010 (комплект офисного ПО, договор № 48509295 от 17.05. 2011)
- 6.3.1.4. Lazarus (открытая среда разработки программного обеспечения на языке ObjectPascal для компилятора FreePascal, открытое ПО)
- 6.3.1.5. OpenOffice (комплект офисного ПО, открытое ПО)
- 6.3.1.6. NVDA (ПО для помощи людям с ОВЗ управлять компьютером, открытое ПО)
- 6.3.1.7. WindowsXP (операционная система, лицензия №42036743 от 16.04.2007)
- 6.3.1.8. MSOffice 2007 (комплект офисного ПО, лицензия №43224817 от 19.12.2007)
- 6.3.1.9. AstraLinux Орел (операционная система на базе DebianGNU/Linux, открытое ПО)
- 6.3.1.10. LibreOffice (кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом, открытое ПО)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

- 6.3.2.1 Научная электронная библиотека, ИСС, <http://elibrary.ru>
- 6.3.2.2 Российская Государственная библиотека, ИСС, <http://www.rsl.ru>
- 6.3.2.3 Федеральная служба государственной статистики, база данных, <https://rosstat.gov.ru/>
- 6.3.2.4 Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области, база данных, <https://kurskstat.gks.ru/>
- 6.3.2.5 Электронно-библиотечная система Znanium.com, база данных,
- 6.3.2.6 Официальный интернет-портал правовой информации, база данных <http://pravo.gov.ru/>
- 6.3.2.7 Научная библиотека КиберЛенинка, ИСС, <http://cyberleninka.ru/>
- 6.3.2.8 Федеральный портал проектов нормативных правовых актов, база данных, <https://regulation.gov.ru/>
- 6.3.2.9 Информационно-правовой портал Право.ru, ИСС, <https://pravo.ru/>
- 6.3.2.10 Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия), ИСС, <http://uisrussia.msu.ru/>
- 6.3.2.11 Федеральный портал «Российское образование», ИСС, <http://www.edu.ru/>
- 6.3.2.12 Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (электронные статьи), ИСС, <http://www.ecsocman.edu.ru>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- 7.1. 305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, Ауд. 406
- 7.2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
- 7.3. Столы учебные, стулья, доска маркерная 3-х створчатая, экран, трибуна, часы, жалюзи, репродукции картин, рециркулятор бактерицидный, проектор Acer, парта для инвалида-колясочника

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

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях. Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, в виде проблемных дискуссий в форме диалога.

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных источников, в том числе – зарубежных. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике при решении учебных профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов.

Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским/практическим занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и умение работать в сети «Интернет».

Методические рекомендации студентам по подготовке к практическим занятиям.

По каждой теме учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Практическое занятие проводится в соответствии с учебным планом.

Подготовка студентов к практическому занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара/практического занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, эссе, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника тренинга или деловой игры;
- заблаговременное решение учебно-профессиональных задач к занятию.

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а также творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых понятий и психологических категорий.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1–2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить в виде текстов и презентаций развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряются и поощряются инициативные выступления с докладами, эссе по темам практических занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников. При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на систематичность и регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к практическим занятиям, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке к контрольным заданиям, фиксированных выступлений и докладов к практическим занятиям. При подготовке к докладу на практическом занятии по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и с дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада, эссе и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения. Особенно следует обратить внимание на безусловную обязательность решения домашних задач, указанных преподавателем к практическому занятию.

Методические рекомендации студентам по подготовке курсовой работы представлены в специальных методических рекомендациях в ФОМ по дисциплине.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету и экзамену.

При подготовке к зачету и экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть основные задания, выполненные самостоятельно и на практических занятиях, а также составить ответы на все вопросы, вынесенные на экзамен или зачет.