

Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Н.А. Еськова

28 августа 2026 г

Маркетинговые исследования

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой **экономики**

Квалификация **Бакалавр**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 34,3

самостоятельная работа 73,7

Виды контроля в семестрах:

зачеты 6

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 12,3

самостоятельная работа 91,7

часов на контроль 4

Виды контроля в семестрах:

зачеты 9

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 12,3

самостоятельная работа 92

часов на контроль 3,7

Виды контроля на курсах:

зачеты 3

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	17	17	17	17
Практические	17	17	17	17
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	34,3	34,3	34,3	34,3
Контактная работа	34,3	34,3	34,3	34,3
Сам. работа	73,7	73,7	73,7	73,7
Итого	108	108	108	108

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

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	9 (5.1)		Итого	
Неделя	7 4/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
Практические	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	91,7	91,7	91,7	91,7
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

**Распределение часов дисциплины по семестр
заочная форма**

Курс	3		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	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	92	92	92	92
Часы на контроль	3,7	3,7	3,7	3,7
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Старший преподаватель Окороков А.В. _____



Рецензент(ы):

начальник отдела кадров ООО

НПО «Композит» Потолова Ольга Николаевна _____



Рабочая программа дисциплины

Маркетинговые исследования

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 955)

составлена на основании учебного плана:

38.03.03 Управление персоналом

Профиль "Управление персоналом в отраслях и сферах деятельности"

утвержденного учёным советом вуза от 28.08.2026 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от 28.08. 2026 г. № 1

Срок действия программы: 2026-2027 уч.г.

Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

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 управления и связей с общественностью

Протокол от ____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для

Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от ____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для

Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от ____ 2029 г. № ____

Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для

Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от ____ 2030 г. № ____

Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель - Формирование и развитие у обучающихся системных представлений о методологии и методах организации и проведения маркетинговых исследований, анализа собранных данных.

Задачами учебной дисциплины являются:

- изучение основ и методов проведения маркетинговых исследований отраслевого рынка и ситуационного анализа;
- формирования умения анализировать макро- и микросреду, разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований;
- формирование навыков использования современных инструментов, применяемых при проведении маркетинговых исследований и ситуационном анализе, получения и анализа информации о состоянии внешней среды предприятия

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:		Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Управление персоналом организации	
2.1.2	Ознакомительная практика	
2.1.3	Рынок труда	
2.1.4	Цифровая экономика	
2.1.5	Экономический анализ	
2.1.6	Конфликтология	
2.1.7	Организационная культура	
2.1.8	Основы кадровой политики и кадрового планирования	
2.1.9	Теория организации	
2.1.10	Экономика организации	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Разработка управленческих решений	
2.2.2	Управление профессиональным развитием персонала	
2.2.3	Защита выпускной квалификационной работы	
2.2.4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.5	Преддипломная практика	
2.2.6	Стратегический менеджмент	
2.2.7	Управление инвестициями	
2.2.8	Управление качеством	

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

ПК-1. Способен к сбору, мониторингу и обработке данных для проведения расчетов экономических показателей организации

ПК-1.2 Осуществляет мониторинг изменения данных для проведения расчетов экономических показателей организации

Знать: сущность сбора и обработки информации об экономическом субъекте

Уметь: планировать и осуществлять работы по финансовому анализу

Владеть: навыками принятия управленческих решений на основе результатов анализа информации об экономическом

ПК-2 Способен к расчету и анализу экономических показателей результатов деятельности организации

ПК-2.1 Выбирает и применяет статистические, экономико-математические методы и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации

Знать: понятие и сущность целевых показателей

Уметь: применять способы анализа целевых показателей

Владеть: навыками анализа решения с точки зрения достижения целевых показателей

ПК-3. Способен к сбору информации о потребностях организации в персонале

ПК-3.3 Способен информировать и консультировать по вопросам рынка труда и обеспечения персоналом

Знать: основы разработки и внедрения требований к вакантным должностям, критериев подбора и расстановки

Уметь: формировать требования по должностям и определять критерии подбора и отбора персонал

Владеть: навыками т применять на практике методы деловой оценки персонала при найме

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы выявления проблемы - способы формулирования цели при планировании маркетингового исследования - способы определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты маркетингового исследования и ситуационного анализа
3.2	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования - разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг в сфере креативных индустрий
3.3	<p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявления проблемы и формулирования цели при планировании маркетингового исследования - подготовки плана и разработки технического задания для проведения маркетингового исследования в сфере креативных индустрий - подготовки и согласования плана, установлением сроков и требований к проведению маркетингового исследования

стр. 6

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
очная форма							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс/ Семестр	Часов всего/л/пр	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Сам.работа
1.	Основные понятия маркетинговых исследований	3/2	3,4/1,7/1,7	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	7,3
2.	Основные понятия, типы маркетинговой информации и источники ее получения	3/2	3,4/1,7/1,7	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	7,3
3.	Организация и планирование маркетинговых исследований на предприятии	3/2	3,4/1,7/1,7	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7,3
4.	Сбор маркетинговой информации качественными и количественны ми методами	3/2	3,4/1,7/1,7	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7,3
5.	Разработка анкет при проведении маркетинговых исследований	3/2	3,4/1,7/1,7	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7,3
6.	Выборочный метод в сборе информации	3/2	3,4/1,7/1,7	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7,3
7.	Факторный анализ. Кластерный анализ	3/2	3,4/1,7/1,7	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.3		7,3
8.	Исследование и анализ рынка	3/2	3,4/1,7/1,7	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.3	2	7,3
9.	Методы анализа маркетинговой информации	3/2	3,4/1,7/1,7	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.3	2	7,3
10.	Ситуационный анализ	3/2	3,4/1,7/1,7	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	8
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
очно-заочная форма							

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс/ Семестр	Часов всего/л/пр	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Сам.работа
1.	Основные понятия маркетинговых исследований	5/1	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		9,1
2.	Основные понятия, типы маркетинговой информации и источники ее получения	5/1	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		9,1
3.	Организация и планирование маркетинговых исследований на предприятии	5/1	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		9,1
4.	Сбор маркетинговой информации качественными и количественными методами	5/1	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		9,1
5.	Разработка анкет при проведении маркетинговых исследований	5/1	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	9,1
6.	Выборочный метод в сборе информации	5/1	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	9,1
7.	Факторный анализ. Кластерный анализ	5/1	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.3	2	9,1
8.	Исследование и анализ рынка	5/1	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.3	2	9,1
9.	Методы анализа маркетинговой информации	5/1	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.3	2	9,1
10.	Ситуационный анализ	5/1	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	9,8

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

заочная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс	Часов всего/л/пр	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Сам.работа
1.	Основные понятия маркетинговых исследований	3	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		9,2
2.	Основные понятия, типы маркетинговой информации и источники ее получения	3	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		9,2
3.	Организация и планирование маркетинговых исследований на предприятии	3	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		9,2
4.	Сбор маркетинговой информации качественными и количественными методами	3	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		9,2
5.	Разработка анкет при проведении маркетинговых исследований	3	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	9,2
6.	Выборочный метод в сборе информации	3	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	9,2
7.	Факторный анализ. Кластерный анализ	3	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.3	2	9,2
8.	Исследование и анализ рынка	3	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.3	2	9,2

9.	Методы анализа маркетинговой информации	3	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.3	2	9,2
10.	Ситуационный анализ	3	1,2/0,4/0,8	ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	9,2

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к зачету

1. Понятие, цели и принципы маркетинговых исследований
2. Виды маркетинговых исследований
3. Маркетинговая среда.
4. Классификация маркетинговых исследований
5. Основные этапы маркетинговых исследований
6. Маркетинговая информация. Типы информации и источники ее получения Методы сбора первичной информации
7. Организация процесса исследования
8. Этапы маркетинговых исследований
9. Определение размеров выборки
10. Формы организации исследований
11. Маркетинговая информационная система
12. Цели и задачи маркетингового исследования рынка
13. Объект и предмет исследования рынка
14. Конъюнктурный анализ рынка. Показатели, характеризующие конъюнктуру рынка
5. Исследование и анализ предложения
16. Изучение и прогнозирование спроса рынка
17. Емкость рынка
18. Понятие, сущность, цели и задачи ситуационного анализа. Типы ситуаций для проведения анализа
19. Алгоритм и методы ситуационного анализа
20. Сущность SWOT анализа
21. Сущность PEST анализа
22. Изучение спроса рынка. Факторы, определяющие развитие спроса
23. Различия между качественными и количественными методами сбора информации.
24. Методы кабинетных маркетинговых исследований: сравнительный анализ.
25. Методы полевых маркетинговых исследований: сравнительный анализ.
26. Метод глубинного интервью и проективные методики в маркетинговых исследованиях.
27. Метод фокус-групп. Подготовка фокус-группы. Работа фокус-группы.
28. Наблюдение в маркетинговых исследованиях. Преимущества и недостатки

5.2. Темы письменных работ

Темы рефератов:

1. Управленческое консультирование – одно из ключевых направлений современного менеджмента.
2. Становление института консалтинга в мире.
3. Основные черты управленческого консультирования в условиях кризисного управления.
4. Характеристика современного рынка консалтинговых услуг.
5. Спрос и предложение консалтинговых услуг.
6. Консультационные фирмы, их виды и услуги.
7. Особенности управления в консультационной фирме.
8. Организационная структура службы управленческого консультирования на предприятии.
9. Профессиональные и коммерческие аспекты стратегии консалтинговой фирмы.
10. Кадровая политика консультационных фирм.
11. Современное состояние и перспективы развития управленческого консультирования в мире.
12. Современное состояние и перспективы развития управленческого консультирования в России.
13. Субъекты и объекты управленческого консультирования.
14. Стадии, этапы и фазы консультационного процесса.
15. Маркетинг консультационных услуг.
16. Организация совместной работы консультанта и клиента в процессе управленческого консультирования.
17. Процедура выбора консультантов клиентами.
18. Финансовые основы управленческого консультирования.
19. Оформление договорных отношений при осуществлении управленческого консультирования.
20. Анализ работы консультантов при осуществлении консультационных проектов.

21. Деловые услуги и консультационная деятельность. 22. Критерии профессионализма консультанта. 23. Пути разрешения кризисных состояний в деятельности бизнес-организаций. 24. Установление причинно-следственных связей в ходе консультации. 25. Причины обращения клиентов к консультантам.
5.3. Фонд оценочных средств
Оценочные материалы для текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы рассмотрены и одобрены на заседании кафедры от « 28 » 08 2026 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	Бельская, Ю. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. В. Бельская. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2023. - 68 с. - ISBN 978-5-7782-4878-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2246532
6.1.1.2	Зайцев, А. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А.Г. Зайцев, Е.В. Такмакова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2026. — 88 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01444-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2259194
6.1.1.3	Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2023. - 292 с. - ISBN 978-5-394-05145-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2083017
6.1.2. Дополнительная литература	
6.1.2.1	Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 года) // СПС «Консультант Плюс».
6.1.2.2	Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».
6.1.2.3	Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». // СПС «Консультант Плюс».
6.1.2.4	Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования : учебник / Б. Е. Токарев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 512 с. - ISBN 978-5-9776-0175-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1818642
6.1.2.5	Чуланова, О. Л. Основы управленческого консультирования : учебник / О.Л. Чуланова. — Москва : ИНФРА-М, Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. - ISBN 978-5-9558-0233-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1058467
6.1.2.6	Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 368 с. - ISBN 978-5-9558-0233-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1058467
6.1.2.7	Ребик, Н. Н. Маркетинговые исследования с SPSS : учебное пособие / Н.Н. Ребик. — 3-е изд. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 218 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2157610. - ISBN 978-5-16-020086-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2157610
6.1.2.8	Романова, М. В. Управление проектами : учебное пособие / М. В. Романова. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 256 с. : ил. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0308-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1860010 – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.9	Масловский, В. П. Управление проектами : учебное пособие / В. П. Масловский. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2020. - 224 с. - ISBN 978-5-7638-4361-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1819357 – Режим доступа: по подписке.
6.2. Перечень ресурсов сети «Интернет»	
6.2.1	Официальный сайт Губернатора (Главы) Вашего региона.
6.2.2	Официальный сайт Правительства Вашего региона
6.2.3	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (https://rosstat.gov.ru/contacts)
6.2.4	«Московский экономический журнал» (https://qje.su/)
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.402
7.2. Учебная аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
7.3. Столы учебные, стулья, доска маркерная, кафедра, жалюзи, пособия по истории России, репродукции картин, вешалка

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.