

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Макушев Андрей Евгеньевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.03.2024 14:25:50
Уникальный программный ключ:
4c46f2d9dda3fafb9e57683d11e5a4257b6ddfe

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Чувашский государственный аграрный университет"
(ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ)
Кафедра Экономики, менеджмента и агроконсалтинга

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной
и научной работе
 Л.М. Иванова
26.03.2024 г.

Б1.В.06

Имиджелогия

рабочая программа дисциплины (модуля)

Направление подготовки 43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) Сервис в туризме

Квалификация **Бакалавр**
Форма обучения **заочная**
Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 12
самостоятельная работа 92
часов на контроль 4

Виды контроля:
зачет с оценкой

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
В том числе инт.	2	2	2	2
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	92	92	92	92
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

канд. экон. наук, доц., Семенова А.Н.

При разработке рабочей программы дисциплины (модуля) "Имиджелогия" в основу положены:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 514).
2. Учебный план: Направление подготовки 43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) Сервис в туризме, одобренный Ученым советом ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ от 26.03.2024 г., протокол № 12.

Рабочая программа дисциплины (модуля) проходит согласование с использованием инструментов электронной информационно-образовательной среды Университета.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой Абросимова М.С.

Заведующий выпускающей кафедрой Абросимова М.С.

Председатель методической комиссии факультета Гаврилов В.Н., Медведева Т.А.

Директор научно-технической библиотеки Викторова В.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	формирование у студентов знаний по основам имиджа, технологиям его построения, видами имиджа, его специфики в деятельности кредитной организации

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Технологии делового общения
2.1.2	Учебная практика, ознакомительная практика
2.1.3	Психология в сервисной деятельности
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Методы принятия управленческих решений
2.2.2	Производственная практика, преддипломная практика
2.2.3	Психология личности и профессиональное самоопределение
2.2.4	Руководство и лидерство
2.2.5	Стратегический менеджмент в сервисе

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	
УК-3.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.)	
УК-3.3 Предвидит результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата	
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды	
ПК-4. Способен осуществлять анализ рынка труда и определять потребность трудовых ресурсов	
ПК-4.1 Самостоятельно анализирует рынок труда и определяет потребность в трудовых ресурсах для отделов, служб организаций сервиса	
ПК-4.2 Проводит мониторинг рынка труда в целях формирования кадрового резерва организаций сервиса	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основы использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;
3.1.2	особенности поведения членов рабочей команды и их учет в своей профессиональной деятельности;
3.1.3	основы эффективного взаимодействия с членами команды;
3.1.4	теоретические и практические основы презентации финансовых продуктов и услуг;
3.1.5	основы профессионального мастерства ведения переговоров и обсуждения условий сотрудничества.
3.2	Уметь:
3.2.1	грамотно составлять документ, подлежащий подписанию;
3.2.2	презентовать результаты работы команды на должном уровне;
3.2.3	грамотно проводить переговоры и профессионально обсуждать условия сотрудничества;
3.2.4	планировать последовательность действий для достижения определенного результата;
3.2.5	использовать базовые виды стратегии сотрудничества для достижения определенных целей.
3.3	Иметь навыки и (или) опыт деятельности:
3.3.1	проведения экспертизы и диагностики CRM-систем;
3.3.2	делопроизводства, в части составления документов;
3.3.3	профессиональными навыками проведения переговоров;
3.3.4	обмена информации, знаниями и опытом взаимодействия в команде; презентации полученного результата команды на должном уровне;
3.3.5	практических приемов проведения презентаций финансовых продуктов и услуг;

3.3.6	социального взаимодействия в команде для достижения целей организации.
-------	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Прак. подг.	Примечание
Раздел 1.							
Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни сотрудника туристической фирмы /Лек/	3	1	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	
Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни сотрудника туристической фирмы /Пр/	3	1	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	
Тема 1. Имидж и его роль в деловой жизни сотрудника туристической фирмы /Ср/	3	13	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	проверка домашнего задания
Тема 2. Модели корпоративного имиджа. Корпоративная репутация в системе имиджирование /Лек/	3	1	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	
Тема 2. Модели корпоративного имиджа. Корпоративная репутация в системе имиджирование /Пр/	3	1	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	
Тема 2. Модели корпоративного имиджа. Корпоративная репутация в системе имиджирование /Ср/	3	13	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	проверка домашнего задания
Тема 3. Корпоративная философия и имиджирование /Пр/	3	1	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	
Тема 3. Корпоративная философия и имиджирование /Ср/	3	13	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	проверка домашнего задания
Тема 4. Основы технологии формирования внешнего имиджа туристической фирмы /Пр/	3	2	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	2	0	деловая игра
Тема 4. Основы технологии формирования внешнего имиджа туристической фирмы /Ср/	3	14	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	проверка домашнего задания
Тема 5. Внутренний имидж кредитной организации. Сохранение и защита позитивного имиджа /Лек/	3	1	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	
Тема 5. Внутренний имидж кредитной организации. Сохранение и защита позитивного имиджа /Пр/	3	1	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	
Тема 5. Внутренний имидж кредитной организации. Сохранение и защита позитивного имиджа /Ср/	3	13	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	проверка домашнего задания
Тема 6.Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент /Пр/	3	1	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	

Тема 6.Корпоративное имиджирование и бренд-менеджмент /Ср/	3	13	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	проверка домашнего задания
Тема 7. Персональный деловой имидж /Лек/	3	1	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	
Тема 7. Персональный деловой имидж /Пр/	3	1	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	
Тема 7. Персональный деловой имидж /Ср/	3	13	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	проверка домашнего задания
Зачет с оценкой /ЗачётСОц/	3	4	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Примерный перечень вопросов к зачету

1. Определение имиджа; Разновидности имиджа; Значение имиджа и имиджирования;
2. Традиционная модель, современная модель. проблема взаимосвязи понятий "репутация" и "имидж"; факторы корпоративной репутации; измерение корпоративной репутации;
3. Роль корпоративной философии в формировании имиджа; миссия организации; ценность организации; принципы деятельности организации; цели и стратегии организации;
4. Рекомендации по разработке декларации корпоративной философии
5. Функции, структура, задачи внешнего имиджирования;
6. Определение целевых аудиторий;
7. Разработка компонентов внешнего имиджа организации;
8. Создание сообщений; имиджевая рекламная кампания;
9. Поддержание прочных связей со средствами массовой информации; имиджевая общественная деятельность;
10. Определение имиджа; Разновидности имиджа; Значение имиджа и имиджирования;
11. Традиционная модель, современная модель. проблема взаимосвязи понятий "репутация" и "имидж"; факторы корпоративной репутации; измерение корпоративной репутации
12. Роль корпоративной философии в формировании имиджа; миссия организации; ценность организации; принципы деятельности организации; цели и стратегии организации;
13. Рекомендации по разработке декларации корпоративной философии

5.2. Примерный перечень вопросов к экзамену

Не предусмотрено учебным планом

5.3. Тематика курсовых работ (курсовых проектов)

Не предусмотрено учебным планом

5.4. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Темы докладов по курсу

1. Предмет и законы имиджологии.
2. Основные понятия имиджологии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
3. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
4. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
5. Типология имиджей.
6. Функции персонального имиджа.
7. Функции имиджа кредитной организации.
8. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
9. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социальноисторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
10. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
11. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
12. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
13. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-среде.
14. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа кредитной организации.
15. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
16. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.

17. Инструментарий имиджологии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
18. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
19. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
20. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
21. Проблема визуализации имиджа.
22. Роль цвета в создании имиджа.
23. Роль выразительных форм в создании имиджа.
24. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
25. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
26. Социальный имидж кредитной организации.
27. Бизнес-имидж кредитной организации.
28. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
29. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
30. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
31. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
32. Имидж в публичной политике.
33. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
34. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе.
35. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.
36. Имидж женщины (-политика, бизнес и т.п.).
37. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.
38. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
39. Корпоративный имидж и репутация.
40. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.
41. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.
42. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).
43. Имидж специализированного издания (медиасобытия).
44. Имидж в науке.
45. Имидж культурно-образовательного учреждения.
46. Имидж общественного (религиозного) движения.
47. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
48. Управление имиджем (на примере организации или персоны).
49. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.
50. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа.
51. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.
52. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.
53. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR средствами имиджбилдинга.
54. Акция как средство управления имиджем. Методы разработки и реализации сценария акции.
55. Имидж и образ: соотношение имиджмейкинга и рекламной деятельности.
56. Этические и коммуникативные проблемы имиджмейкинга.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Лысикова О. В.	Имиджология и паблик рилейнз в социокультурной сфере: электронный ресурс	М.: ФЛИНТА, 2019	Электронный ресурс
Л1.2	Хрипко Е. Г., Иванова З. И., Романова Е. В., Мудрак С. А.	Социальные коммуникации. Психология: учебное пособие	Москва: МИСИ - МГСУ, 2020	Электронный ресурс
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Захарова Л. Н.	Психология управления: учебное пособие	М.: Логос, 2017	Электронный ресурс
Л2.2	Коноплева Н. А.	Психология делового общения: учебное пособие	М.: ФЛИНТА, 2013	Электронный ресурс
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Научно-практический журнал "Педагогический имидж" https://www.igo38.ru/			

6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1	OC Windows XP
6.3.1.2	SuperNovaReaderMagnifier
6.3.1.3	BusinessStudio 4.0
6.3.1.4	KOMPAS-3D
6.3.1.5	MapInfo
6.3.1.6	Access 2016
6.3.1.7	Project 2016
6.3.1.8	Visio 2016
6.3.1.9	VisualStudio 2015
6.3.1.10	Office 2007 Suites
6.3.1.11	GIMP
6.3.1.12	MozillaFirefox
6.3.1.13	MozillaThinderbird
6.3.1.14	7-Zip
6.3.1.15	Справочная правовая система КонсультантПлюс
6.3.1.16	Электронный периодический справочник «Система Гарант»
6.3.1.17	OfficeStandard 2010
6.3.1.18	OfficeStandard 2013
6.3.1.19	LibreOffice
6.3.1.20	OC Windows Vista
6.3.1.21	OC Windows 7
6.3.1.22	OC Windows 8
6.3.1.23	OC Windows 10
6.3.1.24	Ubuntu (Mint)
6.3.1.25	Project Expert 7 Holding
6.3.1.26	OpenOffice 4.1.1
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	Национальная электронная библиотека. Доступ посредством использования сети «Интернет» на 32 терминала доступа. https://нэб.рф/
6.3.2.2	Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ». Полнотекстовый, обновляемый. Доступ по локальной сети академии
6.3.2.3	Электронная система «Госфинансы». Полнотекстовая электронная система, постоянно пополняемая. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://www.gosfinansy.ru/
6.3.2.4	
6.3.2.5	Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ www.biblio-online.ru ». Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. https://www.biblio-online.ru/

6.3.2.6	Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://znanium.com/
6.3.2.7	Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента»). Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://www.studentlibrary.ru
6.3.2.8	Электронная библиотечная система издательства «Лань». Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://e.lanbook.com

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Вид работ	Назначение	Оснащенность
37a	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (12 шт.), стулья (24 шт.), стул преподавателя (1 шт.), Белая лаковая магнитно-маркерная доска (1 шт.)
51a	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), парта 3-хместная со скамейкой (10 шт.), стулья (5 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), трибуна (1 шт.), демонстрационное оборудование (Экран с электроприводом Electric Screen (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.), ноутбук Acer Asp T2370 (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
66a	Пр	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (16 шт.), стулья (30 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), трибуна (1 шт.), Экран рулонный настенный (1 шт.)
23б	СР	Помещение для самостоятельной работы	Демонстрационная техника (интерактивная доска Hitachi Starboard FX-63 D (1 шт.), ноутбук Acer Asp T2370 (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.)), стол полированный (3 шт.), стол ученический (7 шт.), стол компьютерный (11 шт.), стул (20 шт.), стулья, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (10 шт.)
123	СР	Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (19 шт.), столы (17 шт.), компьютерный стол 6-и местный (3 шт.), стулья ученические (34 шт.), стулья п/м (18 шт.), стеллажи с литературой, видеоувеличитель Optelec Wide Screen (1 шт.)
45a	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (6 шт.), стулья (18 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), стол компьютерный (10 шт.), стулья (10 шт.), демонстрационное оборудование (компьютер Intel G32603 3 GHz 3 M (10 шт.), полотно рулонное (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия

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

Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями, поэтому методика изучения курса предусматривает наряду с лекциями и практическими занятиями, организацию самостоятельной работы студентов, проведение консультаций, руководство докладами студентов для выступления на научно-практических конференциях, осуществление текущего, промежуточного форм контроля. Учебный процесс для студентов заочной формы обучения строится иначе, чем для студентов-очников. В связи с уменьшением количества аудиторных занятий (в соответствии с рабочими учебными планами) доля самостоятельной работы значительно увеличивается. Преподаватель в процессе аудиторных занятий освещает основные ключевые темы дисциплины и обращает внимание студентов на то, что они должны вспомнить из ранее полученных знаний. Студенты, изучающие данную дисциплину, должны обладать навыками работы с учебной литературой и другими информационными источниками (статистическими сборниками, материалами исследований, статьями из периодических изданий, научными работами, опубликованными в специальных изданиях и т.п.) в том числе, интернет-сайтами, а также владеть основными методами, техникой и технологией сбора и обработки информации.

Самостоятельная работа студентов заочной формы обучения должна начинаться с ознакомления с рабочей программой дисциплины, в которой перечислены основная и дополнительная литература, учебно-методические задания необходимые для изучения дисциплины и работы на практических занятиях.

Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Следует иметь в виду, что учебник или учебное пособие имеет свою логику построения: одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. При изучении любой темы рабочей программы следует постоянно отмечать, какие вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы

над учебником должна быть ясность в том, какие темы, вопросы программы учебного курса вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам. В случае возникших затруднений в понимании учебного материала следует обратиться к другим источникам, где изложение может оказаться более доступным.

Понимание и усвоение содержания курса невозможно без четкого знания основных терминов и понятий, используемых в данной дисциплине по каждой конкретной теме. Для этого студент должен использовать определения новых терминов, которые давались на лекции, а также в рекомендованных учебных и информационных материалах.

Современные средства связи позволяют строить взаимоотношения с преподавателем и во время самостоятельной работы с помощью интернет-видео-связи, а не только во время аудиторных занятий и консультаций. Для продуктивного общения студенту необходимо владеть навыками логичного, последовательного и понятного изложения своего вопроса.

Желательно, чтобы студент заранее написал электронное письмо, в котором перечислил интересующие его вопросы или вопросы, изучение которых представляется ему затруднительным. Это даст возможность преподавателю оперативно ответить студенту по интернет-связи и более качественно подготовиться к последующим занятиям.

Необходимо отметить, что самостоятельная работа с литературой и интернет-источниками не только полезна как средство более глубокого изучения любой дисциплины, но и является неотъемлемой частью будущей профессиональной деятельности выпускника бакалавриата.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1 (МУ к ФОС).docx

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____
от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____
от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____
от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____
от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____
от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____
от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____