

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет естественных наук, математики и технологий

Кафедра Теории и методики профессионального образования, сервиса и технологий

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Токарева Ю.С.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.01.06.Технологии визуального мерчендайзинга в индустрии моды и красоты

на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 43.03.01 – Сервис

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Сервис в индустрии моды и красоты (для набора 2020)

Форма обучения очная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Формирование у студентов представлений о сущности и функциях визуального мерчендайзинга, места и роли его в индустрии моды и красоты

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление с терминологией, принципами и правилами визуального мерчендайзинга;
- овладение практическими навыками эффективного использования визуального мерчендайзинга в условиях экономической самостоятельности организаций индустрии моды и красоты.
- формирование представления о роли визуального мерчендайзинга;
- формирование навыков и умений использования в процессе профессиональной деятельности основных механизмов и методов формирования имиджа и технологий самопрезентации.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Данная учебная дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений предметно-содержательного модуля Блока 1 Модуля профильных дисциплин. Для усвоения дисциплины необходимы знания, полученные в вузе в результате освоения дисциплин «Услуги в индустрии моды и красоты», «Швейный практикум». Дисциплины, на которых базируется данная дисциплина "Имиджмейкерство".

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	6 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	32	32
лекционные (ЛК)	16	16
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	16	16
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	40	40
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	7 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	12	12
лекционные (ЛК)	6	6
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	6
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	60	60
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ПК-2. Способен к разработке и совершенствованию	ПК-2.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности	Знать: основы клиентоориентированных технологии в сервисной деятельности. Уметь: применять клиентоориентированные технологии в разных видах сервисной деятельности. Владеть: технологией разработки клиентоориентированных технологии в сервисной деятельности.

системы клиентских отношений с учетом требований потребителя.	ПК-2.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений	Знать: особенности системы клиентских отношений. Уметь: разрабатывать системы клиентских отношений. Владеть: технологией разработки системы клиентских отношений.
	ПК-2.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений	Знать: основные системы клиентских отношений. Уметь: анализировать и совершенствовать системы клиентских отношений. Владеть: технологией совершенствования системы клиентских отношений.
	УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение	Знать: совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение цели проекта. Уметь: формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение Владеть: навыками формулировки в рамках поставленной цели проекта совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение.
	УК-2.2. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач	Знать: ожидаемые результаты решения выделенных задач. Уметь: прогнозировать ожидаемые результаты решения выделенных задач Владеть: навыками определения ожидаемых результатов решения выявленных задач.

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.3. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: проекты решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Уметь: проектировать решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений Владеть: навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
	УК-2.4. Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время	Знать: методы решения конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время Уметь: решать конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время. Владеть: методами решения конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время.
	УК-2.5. Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта	Знать: : формы публичного представления результатов решения конкретных задач проекта. Уметь: публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта Владеть: навыками представления результатов решения конкретных задач проекта.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер	Наименование	Темы раздела	Всего	Аудиторные занятия	СРС
--------	-------	--------------	--------------	-------	--------------------	-----

модуль	раздела	раздела	темы раздела	часов	ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	СРС
1	1	История визуального мерчендайзинга. Розничный бизнес.	Определение, цели, задачи и принципы визуального мерчендайзинга в индустрии моды. История и современное развитие визуального мерчендайзинга в индустрии моды. Розничный бизнес: форматы розничного бизнеса, позиционирование розничных брендов в индустрии моды.	18	4	4		10
2	2	Организация деятельности и особенности визуального мерчендайзинга.	Организация деятельности отдела мерчендайзинга. Особенности мерчендайзинга поставщика. Понятие и показатели эффективности мерчендайзинга.	18	4	4		10
3	3	Технологии визуального мерчендайзинга.	Основные элементы атмосферы магазина. Мерчендайзинговый подход к планировке магазина. Эффективное размещение торгового оборудования.	18	4	4		10
4	4	Правила визуального мерчендайзинга.	Правила мерчендайзинга эффективной презентации. Правила мерчендайзинга эффективного расположения. Технологии построения эффективных коммуникаций в рознице.	18	4	4		10
Итого				72	16	16	0	40

3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	

1	1	История визуального мерчендайзинга. Розничный бизнес.	Определение, цели, задачи и принципы визуального мерчендайзинга в индустрии моды. История и современное развитие визуального мерчендайзинга в индустрии моды. Розничный бизнес: форматы розничного бизнеса, позиционирование розничных брендов в индустрии моды.	18	1	2		15
2	2	Организация деятельности и особенности визуального мерчендайзинга.	Организация деятельности отдела мерчендайзинга. Особенности мерчендайзинга поставщика. Понятие и показатели эффективности мерчендайзинга.	18	2	1		15
3	3	Технологии визуального мерчендайзинга.	Основные элементы атмосферы магазина. Мерчендайзинговый подход к планировке магазина. Эффективное размещение торгового оборудования.	18	1	2		15
4	4	Правила визуального мерчендайзинга.	Правила мерчендайзинга эффективной презентации. Правила мерчендайзинга эффективного расположения. Технологии построения эффективных коммуникаций в рознице.	18	2	1		15
Итого				72	6	6	0	60

3.4. Содержание разделов дисциплины

3.4.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)	
				ОФО	ЗФО

1	1	Определение, цели, задачи и принципы визуального мерчандайзинга в индустрии моды. История и современное развитие визуального мерчандайзинга в индустрии моды. Розничный бизнес: форматы розничного бизнеса, позиционирование розничных брендов в индустрии моды.	Цели и задачи изучения дисциплины. Определение мерчандайзинга, цели и задачи мерчандайзинга, результаты, достигаемые при использовании визуального мерчандайзинга. Возникновение визуального мерчандайзинга. История и современное развитие. Поведенческие особенности потребителей. Механизм действия мерчандайзинга. Трехуровневая концепция мерчандайзинга. Четыре принципа мерчандайзинга. Особенности мерчандайзинга поставщика и розничного торговца. Определение термина «мода» и особенности розничного бизнеса в индустрии моды. Рынок модных товаров, структура и сегментация в индустрии моды. Качественные и количественные исследования модного рынка. Этические аспекты мерчандайзинга в модной индустрии.	4	1
2	2	Организация деятельности отдела мерчандайзинга. Особенности мерчандайзинга поставщика. Понятие и показатели эффективности мерчандайзинга.	Цели и задачи мерчандайзинга поставщика. Организация мерчандайзинга в компании. Схема организации мерчандайзинга в компании. Деятельность отдела мерчандайзинга. Обучение мерчендайзеров. Анализ и планирование продаж. ABC – XYZ анализ. Взаимодействие оптовых и производственных компаний с розничными сетями. Учет особенностей магазина. Организация места продажи товара. Проведение специальных акций в магазинах. Группа правил эффективного запаса. Правила ассортимента. Правила торгового запаса. Правила присутствия. Правило сроков хранения и ротации товара на полке.	4	2

3	3	Основные элементы атмосферы магазина. Мерчандайзинговый подход к планировке магазина. Эффективное размещение торгового оборудования.	Торговый зал. Эффективная организация торгового пространства. Виды планировки торговых площадей. Эффективность использования торговых площадей: основные показатели. Расположение товарных групп, зон для продвижения товара, точек действия, оформление входной и прикассовой зоны. Особенности и принципы организации торгового пространства магазинов различной специализации. Цветовые сочетания в интерьере и выкладке товара. Цветовая символика, связь цветов со продажи; Принципы композиции. Особенности восприятия покупателем форм и объемов. Содержание и цели внутренней планировки. Сегментация площади торгового зала и расчет основных коэффициентов эффективности внутренней планировки. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров. Принципы эффективного мерчандайзинга (Запас. Расположение в торговом зале. Правила представления товара.) Характеристики движения покупателей по магазину.	4	1
---	---	---	---	---	---

4	4	Правила мерчандайзинга эффективной презентации. Правила мерчандайзинга эффективного расположения. Технологии построения эффективных коммуникаций в рознице.	Группа правил эффективной презентации. Презентация товара. Правила размещения рекламных материалов. Средства внутримagaзинной рекламы: выбор и принципы их размещения. Использование изображений, знаков и указателей; Уровни системы навигации для покупателей; Правила размещения ценников; Пространственная и интеллектуальная навигация. Правило комфорта восприятия; Правило чистоты и аккуратности. Группа правил эффективного расположения Правила размещения и выкладки. Правила представления. Представление новых товаров. Выкладка товара. Общие принципы выкладки. Устранение негативных моментов. Стандарты выкладки. Представление новых товаров. Принципы композиции в выкладке товаров. Особенности восприятия покупателем форм и объемов. Правило "Лицом к покупателю". Правило определения места на полках и стеллажах. Правило приоритетных мест. Выделение товаров-лидеров. Корпоративные блоки по марке. Способы выделения различных видов товаров с помощью экспозиции, POS-материалов, нестандартных и нетрадиционных решений. Коммуникационные возможности в современных сетях и торговых центрах.	4	2
---	---	--	---	---	---

3.4.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)	
				ОФО	ЗФО

1	1	Определение, цели, задачи и принципы визуального мерчандайзинга в индустрии моды. История и современное развитие визуального мерчандайзинга в индустрии моды. Розничный бизнес: форматы розничного бизнеса, позиционирование розничных брендов в индустрии моды.	Изучение процедуры маркетинговых исследований в сфере производства швейных изделий. Рынок модных товаров, структура и сегментация в индустрии моды.	4	2
2	2	Организация деятельности отдела мерчандайзинга. Особенности мерчандайзинга поставщика. Понятие и показатели эффективности мерчандайзинга.	Организация мерчандайзинга в компании. Разработка товарного знака. Анализ методов ценообразования в сфере продажи и производства швейных изделий.	4	1
3	3	Основные элементы атмосферы магазина. Мерчандайзинговый подход к планировке магазина. Эффективное размещение торгового оборудования.	Организации торгового пространства магазинов различной специализации. Планировка магазина розничной торговли. Представление и выкладка новых товаров.	4	2
4	4	Правила мерчандайзинга эффективной презентации. Правила мерчандайзинга эффективного расположения. Технологии построения эффективных коммуникаций в рознице.	Презентация товара. Средства внутримagaзинной рекламы: выбор и принципы их размещения. Коммуникационные возможности в современных сетях и торговых центрах	4	1

3.4.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)	
				ОФО	ЗФО

3.6. Самостоятельная работа студентов

Модуль	Номер раздела	Содержание материала, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (в часах)	
				ОФО	ЗФО

1	1	Механизм действия мерчандайзинга. Трехуровневая концепция мерчандайзинга. Четыре принципа мерчандайзинга. Изучить позиционирование розничных брендов в индустрии моды.	работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурнологических схем	10	15
2	2	Схема организации мерчандайзинга в компании. Деятельность отдела мерчандайзинга. Обучение мерчендайзеров. ABC – XYZ анализ. Взаимодействие оптовых и производственных компаний с розничными сетями. Принципы эффективного мерчандайзинга (Запас. Расположение в торговом зале. Правила представления товара).	работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурнологических схем	10	15
3	3	Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина. Факторы, формирующие атмосферу магазина. Чувственные составляющие атмосферы магазина. Содержание и цели внутренней планировки. Сегментация площади торгового зала и расчет основных коэффициентов эффективности внутренней планировки. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров. Характеристики движения покупателей по магазину. Виды торгового-технологического оборудования. Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала.	работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурнологических схем	10	15

4	4	Сущность выкладки и её разновидности. Общие принципы и стандарты выкладки. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота. Акценты и средства привлечения внимания к товару. Возможности освещения и торгового оборудования. Особенности освещения различных видов товаров. Эмоциональная привязка покупателя. Применение IT-технологий в построении эффективных коммуникаций в рознице.	работа с электронными образовательными ресурсами, обработка и анализ полученных данных, подготовка электронных презентаций, создание структурно-логических схем	10	15
---	---	--	---	----	----

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. Мелихова, Ю.Ю. Художественное и адресное проектирование одежды [Текст] : учеб. пособие / Ю. Ю. Мелихова. - Чита : ЗабГУ, 2017.
2. Мелихова, Юлия Юрьевна. Дизайн одежды : учеб. пособие / Мелихова Юлия Юрьевна. - Чита : ЗабГУ, 2016. - 117

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Колесников. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 167 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02520-0.
<https://biblio-online.ru/book/BDFF2BE7-104B-44E1-95B8-443B2AC121E7>
2. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 193 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00968-2. <https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6>
3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Спивак, В. А. Деловая этика : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 522 с. — (Серия : Бакалавр.

Академический курс). — ISBN 978-5-534-00847-0.
<https://biblio-online.ru/book/AC21F49A-1F58-4103-9CAD-A5CF501818A2>
 2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 255 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-05503-0.
<https://biblio-online.ru/book/A49FECB9-B8EE-4736-8714-450457BD2C55>

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

<https://e.lanbook.com/> Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань».
<https://www.biblio-online.ru/> Электронно-библиотечная система «Юрайт»
<http://www.studentlibrary.ru/> Электронно-библиотечная система «Консультант студента»
<http://www.trmost.com/> Электронно-библиотечная система «Троицкий мост»
<http://diss.rsl.ru/> Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки.
<https://elibrary.ru/> Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
<http://www.edu.ru> Федеральный портал «Российское образование»
<http://ecsocman.hse.ru/> Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
<http://vestniknews.ru> Вестник образования России
<http://www.glossary.ru/> Тематические толковые словари
<https://dic.academic.ru/> Словари и энциклопедии
<http://www.nlr.ru/> Российская национальная библиотека
<https://www.prlib.ru/> Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина
<http://www.rgub.ru/> Российская государственная библиотека для молодежи
<http://www.shpl.ru/> Государственная публичная историческая библиотека России
<http://www.gpntb.ru/> Государственная публичная научно-техническая библиотека России
<http://www.gnpbu.ru/> Государственная научная педагогическая библиотека им. Ушинского
<http://www.rasl.ru/> Библиотека Российской Академии наук
<http://www.benran.ru/> Библиотека по естественным наукам
<http://rvb.ru/> Русская виртуальная библиотека

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения:

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории.

Учебные аудитории для текущей аттестации	Учебный кабинет – компьютерный кабинет, закрепленный расписанием по кафедре
Помещение для самостоятельной работы	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Практика преподавания дисциплины демонстрирует тот факт, что, несмотря на доступность необходимой информации по дисциплине (наличие учебников, учебных и учебно-методических пособий и печатном виде, в ЭБС, возможность получения информации из ресурсов сети интернет и т.д.), серьезные затруднения у студентов вызывают анализ, синтез, систематизация материала, а также выделение в нем принципиальных и существенных аспектов, отвечающим современным научным концепциям и подходам.

В связи с этим основным источником теоретического материала по дисциплине выступают лекции, посещение которых является обязательной составляющей успешного освоения дисциплины.

Для эффективного освоения материала дисциплины необходимым является выполнение следующих требований:

- обязательное посещение всех лекционных и практических занятий, способствующее системному овладению материалом курса;
- все вопросы соответствующих разделов и тем по дисциплине необходимо фиксировать (на любых носителях информации);
- обязательное выполнение домашних заданий является важнейшим требованием и условием формирования целостного и системного знания по дисциплине;
- обязательность личной активности каждого студента на всех занятиях по дисциплине;
- в случаях неясности каких-либо вопросов, обсуждаемых на занятиях, необходимо задать соответствующие вопросы преподавателю, а не оставлять их непонятыми;
- в случаях пропусков занятий по уважительным причинам студентам предоставляется право подготовки и представления заданий и ответов на вопросы изученного материала, с расчетом на помощь преподавателя в его усвоении;
- в случаях пропусков без уважительной причины студент обязан самостоятельно изучить соответствующий материал;
- необходимым условием является самостоятельность и инициативность студентов при контроле набора баллов по дисциплине для успешного прохождения промежуточной аттестации.

Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов предполагает:

- самостоятельный поиск, обработку (анализ, синтез, обобщение и систематизацию), адаптацию необходимой по дисциплине информации;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение и усвоение теоретического материала, представленного на лекционных занятиях и в соответствующих литературных источниках (рекомендуемая основная и дополнительная литература);
- самостоятельное изучение отдельных вопросов курса;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям, в соответствии с рекомендациями преподавателя (выполнение конкретных заданий, соответствующие организационные действия и т.д.).

Как правило, организация самостоятельной работы предполагает:

- постановку цели;
- составление соответствующего плана;
- поиск, обработку информации;
- представление результатов работы.

Методические рекомендации при подготовке к практическим занятиям

Для повышения эффективности проведения практических занятий необходимо учитывать все рекомендации по подготовке к ним, которые даются преподавателем в начале каждого модуля (формулируются соответствующие задания, проблемноориентированные вопросы, представляются рекомендации по методике организации

различных форм проведения занятий и т.д.). Определенные формы и методы работы на занятиях требуют предварительной самостоятельной подготовки студентов. Поэтому необходимо фиксировать все рекомендации преподавателя по подготовке к занятиям. Для эффективного освоения материала дисциплины в ходе практических занятий необходимо выполнение следующих требований:

- четко понимать цели предстоящих занятий (предварительно формулируются преподавателем);
 - владеть навыками поиска, обработки, адаптации и презентации необходимого материала;
 - уметь четко формулировать и отстаивать собственный взгляд на рассматриваемые проблемные вопросы, который необходимо подкреплять адекватной аргументацией;
 - уметь выделять и формулировать противоречия по рассматриваемым проблемам, понимая их источники;
 - владеть навыками публичного выступления (логично, ясно и лаконично излагать свои мысли; адекватно оценивать восприятие и понимание слушателями представляемого материала; отвечать на задаваемые вопросы; приводить адекватные и убедительные аргументы в защиту своей позиции и т.д.);
 - уметь критически оценивать собственные знания, умения и навыки в динамике в сравнении с таковыми у других, с целью раскрытия дополнительных возможностей их развития;
 - при подготовке к занятиям обязательно изучить рекомендуемую литературу;
 - оценить различные точки зрения на проблемные вопросы нескольких исследователей, а не ограничиваться рассмотрением позиции одного автора;
 - при формулировке собственной точки зрения предусмотреть убедительную ее аргументацию и возможность возникновения спорных ситуаций;
 - владеть навыками работы в команде (при выполнении определенных заданий, предполагающих работу в микрогруппах, при проведении ролевых игр, дискуссий и т.д.).
- Семинар – вид практических занятий, предусматривающий самостоятельную проработку студентами отдельных тем и проблем с содержанием учебной дисциплины и последующим представлением и обсуждением результатов этого изучения (в различных формах). Семинары представляют собой своеобразный синтез теоретической подготовки студентов с практической. Основной дидактической целью семинаров выступает оптимальное сочетание лекционных занятий с систематической самостоятельной учебно-познавательной деятельностью студентов.

Методические рекомендации при подготовке индивидуальных сообщений (докладов)

Данный вид учебно-познавательной деятельности требует от студентов достаточно высокого базового уровня подготовки, большой степени самостоятельности и целого ряда умений и навыков серьезной интеллектуальной работы.

Работа по подготовке индивидуальных сообщений и докладов предполагает достаточно длительную системную работу студента, а также в случае необходимости консультативную помощь преподавателя.

Работа должна быть тщательно продумана, спланирована и разделена на соответствующие этапы, каждый из которых требует целого ряда определенных умений и навыков:

- определение и формулировка темы сообщения или доклада (либо осмысление темы, сформулированной преподавателем в соответствующих случаях);
- составление плана с использованием анализа, синтеза, обобщения и логики построения изложения материала;
- определение источников информации;
- работа с источниками научной информации (подбор, анализ, обобщение, систематизация, адаптация и т.д.);
- формулировка основных обобщений и выводов по результатам анализа изученного материала.

Структура сообщения (доклада) может обоснованно варьировать, но в большинстве случаев она предполагает наличие следующих частей: вступления (обозначение актуальности и постановка проблемы), основной части (обзор различных точек зрения на проблему и ее решение), заключения (формулировка соответствующих обобщений, выводов, предположений и перспектив).

Разработчик/группа разработчиков: Мелихова Юлия Юрьевна - доцент кафедры
ТиМПОСиТ, к.п.н.

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 31.08.2020 г. № 1)**

Согласована с выпускающей кафедрой

Заведующий кафедрой

«____» _____ 20____ г.