

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан СПФ

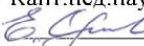

Т.В. Поштарева
«23» мая 2022 г.





РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Корпоративная культура и имидж организации


Направление подготовки: 43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) программы: Менеджмент, маркетинг и дизайн в сервисе
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

Год начала подготовки – 2022

Разработана
Кант.пед.наук, доцент кафедры СГД
 Е.В. Смирнова

Согласована
Зав. выпускающей кафедрой ИЯТ
 Т.В. Вергун

Рекомендована
на заседании кафедры ИЯТ
от «23» мая 2022 г.
протокол № 10
Зав. кафедрой  Т.В. Вергун

Одобрена
на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
от «23» мая 2022 г.
протокол № 9
Председатель УМК
 Т.В. Поштарева

Ставрополь 2022 г.

Содержание

1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	3
5. Содержание и структура дисциплины	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Структура дисциплины	5
5.3. Занятие семинарского типа	6
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа)	6
5.5. Самостоятельная работа	6
6. Образовательные технологии	7
7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	7
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	7
8.1. Основная литература	7
8.2. Дополнительная литература	7
8.3. Программное обеспечение	8
8.4. Профессиональные базы данных	8
8.5. Информационно-справочные системы	8
8.6. Интернет-ресурсы	8
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	8
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	16
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	16
Приложение к рабочей программе дисциплины	18

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Корпоративная культура и имидж организации» являются: формирование у обучающихся представления о современной корпоративной культуре как факторе эффективности и стабильности предприятий сервиса, овладение умениями и технологиями формирования имиджа организации, направленными на реализацию стратегических целей и повышение эффективности работы учреждений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Корпоративная культура и имидж организации» входит в Блок 1 дисциплины (модули), часть, формируемую участниками образовательных отношений Б1,В.12. и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Экспертиза и диагностика предприятий сервиса	Технологии и организация услуг питания
Техника предприятий социокультурного сервиса	Технологии и организация гостиничных услуг
Инновации в социокультурном сервисе	Информационная безопасность и защита информации
Компьютерные технологии в социокультурном сервисе	
Организация сервисного обслуживания	
Организация контактной зоны сервисного предприятия	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1 Способен организовать процесс предоставления услуги с учетом специфики рабочих процессов, конструктивных решений объектов сервиса и клиентоориентированных технологий	ПК-1.2. Осуществляет привлечение клиентов на предприятия социокультурного сервиса	Знает инструменты эффективного осуществления продаж Умеет осуществлять коммуникации с разными типами клиентов Владет навыками проведения презентации предприятия социокультурного сервиса, новостей для размещения в сети Интернет

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
ОФО

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4
		А триместр
Контактная работа (всего)	36,5	36,5
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	12	12
из них		
– лекции	12	12
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	24	24
из них		
– семинары (С)	10	10
– практические занятия (ПР)	14	14
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
Самостоятельная работа (всего) (СР)	69,5	69,5

в том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	43	43
Подготовка к аттестации	26,5	26,5
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

ЗФО

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4
		Б триместр
Контактная работа (всего)	14,5	14,5
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	6	6
из них		
– лекции	6	6
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	8	8
из них		
– семинары (С)	2	2
– практические занятия (ПР)	6	6
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации		
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
Самостоятельная работа (всего) (СР)	93,5	93,5
в том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	85	85
Подготовка к аттестации	8,5	8,5
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Сущность и содержание корпоративной культуры.	Сущность корпоративной культуры. Определение терминов «культура», «корпоративная культура». Структура корпоративной культуры в организации. Факторы формирования корпоративной культуры. Функции корпоративной культуры. Значение корпоративной культуры для организации. Сущность организационного климата. Ценностные ориентиры организации. Стиль управления. Корпоративная культура как система прогрессивных методов, приемов и средств управления..
2.	Сущность и значение	Корпоративное управление как важнейший фактор социально-

	корпоративного управления.	экономического развития. Процесс разделения права собственности. Конфликт интересов менеджмента и управления. Корпоративное управление как комплекс мер и правил по максимизации прибыли предприятия. Понятие «корпоративный менеджмент» и «корпоративное управление». Условия реализации эффективного корпоративного управления. Основные международные принципы корпоративного управления. Организация процесса предоставления услуги с учетом специфики рабочих процессов
3.	Формирование корпоративной культуры и имиджа организации.	Принципы формирования корпоративной культуры. Этапы формирования корпоративной культуры. Определение методов достижения целей. Диагностика состояния ценностей корпоративной культуры. Имидж, его виды. Групповой и корпоративный имидж. Структура и содержание. Имидж организации. Составляющие имиджа организации. Имидж как инструмент эффективного осуществления продаж Условия формирования имиджа личности и организации. Корпоративный кодекс фирмы и характеристика его основных элементов. Интерьер офиса и требования к нему. Психологические восприятия интерьера офиса сотрудниками и посетителями. Психологические требования к организации рабочих мест (мебель, оборудование, оргтехника). Требования к организации рабочего помещения. Особенности проведения презентации предприятия социокультурного сервиса, новостей для размещения в сети Интернет
4.	Формирование корпоративной культуры персонала.	Диагностика корпоративной культуры персонала. Факторы, определяющие уровень корпоративной культуры персонала. Формирование социально-производственных связей, морального климата и стиля производственных отношений в трудовом коллективе. Обеспечение высокой мотивированности персонала на эффективную совместную работу и достижение корпоративных целей. Система стимулирования сотрудников: цели создания, назначение и основные формы. Этика деловых отношений. Особенности подбора и подготовки персонала для предприятий. Основные компоненты персонального имиджа: стиль одежды, прическа, аксессуары, украшения, голос, манера поведения, окружение.
5.	Обслуживание клиента. Консультации по продукту (услуге)	Инструменты эффективного осуществления продаж Выяснение потребностей клиента. Формы представления основного конкурентного преимущества. Аргументация. Связь аргументации с иерархией потребностей клиента. Демонстрация высокой степени компетенции. Работа с возражениями. Предоставление услуги с учетом конструктивных решений объектов сервиса и клиентоориентированных технологий. Основные психологические типы поведения покупателей. Система ответов на возражения. Создание "нового обрамления". «Запрещенные» слова Осуществление коммуникации с разными типами клиентов.

5.2. Структура дисциплины ОФО

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		Всего	Л	С	ПР	СР
1	Сущность и содержание корпоративной культуры.	14	2	2		10
2	Сущность и значение корпоративного управления.	14	2	2		10
3	Формирование корпоративной культуры и имиджа организации.	14	2	2		10
4	Формирование корпоративной культуры персонала.	16	2	2	6	6
5	Обслуживание клиента. Консультации по продукту (услуге)	21	4	2	8	7
	Аттестация	27				
	Групповые консультации	2				

	Общий объём, час	108	12	10	14	43
--	-------------------------	------------	-----------	-----------	-----------	-----------

ЗФО

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		Всего	Л	С	ПР	СР
1	Сущность и содержание корпоративной культуры.	20	2			18
2	Сущность и значение корпоративного управления.	20	2			18
3	Формирование корпоративной культуры и имиджа организации.	20		2		18
4	Формирование корпоративной культуры персонала.	20			2	16
5	Обслуживание клиента. Консультации по продукту (услуге)	21	2		4	15
	Аттестация	9				
	Групповые консультации					
	Общий объём, час	108	6	2	6	85

5.3. Занятия семинарского типа

ОФО

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1.	С/ПР	Сущность и содержание корпоративной культуры.	2/
2.	2.	С/ПР	Сущность и значение корпоративного управления.	2/
3.	3.	С/ПР	Формирование корпоративной культуры и имиджа организации.	2/
4.	4.	С/ПР	Формирование корпоративной культуры персонала	2/6
5.	5.	С/ПР	Обслуживание клиента. Консультации по продукту (услуге)	2/8

ЗФО

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	3.	ПР	Формирование корпоративной культуры и имиджа организации.	2
2.	4.	ПР	Формирование корпоративной культуры персонала.	2
3.	5.	ПР	Обслуживание клиента. Консультации по продукту (услуге)	4

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа) не предусмотрен

5.5. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
1	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	10	18
2	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	10	18
3	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	10	18
4	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	6	16
5	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	7	15

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (кейс, практические задания, игровые упражнения)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Интерактивные и активные образовательные технологии

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
4	ПР	Ситуационные задачи	4	4
5	ПР	Ситуационные задачи	4	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
4	ПР	Разработка стратегии формирования корпоративной культуры и имиджа организации	2	2

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490153>

2. Организационная культура : учебник и практикум для вузов / В. Г. Смирнова [и др.] ; под редакцией В. Г. Смирновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 306 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01440-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489322>.

8.2. Дополнительная литература

1. Лавриненко, В. Н. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 408 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01353-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449749>

2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453092>

3. Чернышова, Л. И. Этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для вузов / Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 161 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02406-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451154>

8.3 Программное обеспечение

Microsoft Windows, Яндекс 360, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс. Браузер.

8.4 Профессиональные базы данных

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

Directory of Open Access Journals (DOAJ) - <https://doaj.org/>

8.5 Информационные справочные системы

Поисковые системы

Поисковая система Yandex- <https://www.yandex.ru/>

Поисковая система Rambler – <https://www.rambler.ru/>

8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-uchebniki.ru/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)-<https://нэб.рф>

Образовательный портал GeekBrains с доступом к онлайн-обучению (Learning Management System) и к курсам по четырем направлениям: программирование, дизайн, управление и маркетинг - <https://university.geekbrains.ru/>

Деловое информационное пространство РБК - www.rbk.ru

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Материалы учебно-методического обеспечения самостоятельной работы приведены в методических указаниях к самостоятельной работе студентов.

Система знаний по дисциплине формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники или учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, обучающийся готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний. Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельное изучение.

Обучающийся должен прийти в высшую школу с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создает для этого необходимые условия.

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления им с программой учебного курса. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы программы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены.

Любой научный предмет, также как и данная дисциплина, имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия - это та база, на которой «стоит» каждая наука. Понятия - узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым, напоминая недостроенное здание или еще того хуже: здание без фундамента. Понятие в узком понимании – это определение (дефиниция) того или иного факта, явления, предмета. Такие определения составляют категориально-понятийный аппарат. Они, как правило, кратки по содержанию, схватывают суть дела.

Понятия в широком смысле есть обобщенная концептуальная характеристика определенного явления. Когда в заголовок темы вносится слово «понятие», то это первый признак того, что в данном случае речь идет не о дефиниции (определении), а о сжатой, обобщенной концептуальной характеристике изучаемого явления.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по данному направлению подготовки и рабочей программой по дисциплине.

Методические указания по ведению конспектов лекций и работе с ними

Конспект- это краткое последовательное изложение содержания статьи, книги, лекции. Его основу составляют план тезисы, выписки, цитаты. Конспект, в отличие от тезисов воспроизводит не только мысли оригинала, но и связь между ними. В конспекте отражается не только то, о чем говорится в работе, но и что утверждается, и как доказывается.

Конспектирование лекции – важный шаг в запоминании материала, поэтому конспект лекций необходимо иметь каждому студенту. Задача обучающегося на лекции – одновременно слушать преподавателя, анализировать и конспектировать информацию. При этом как свидетельствует практика, не нужно стремиться вести дословную запись. Таким образом, лекцию преподавателя можно конспектировать, при этом важно не только внимательно слушать лектора, но и выделять наиболее важную информацию и сокращенно записывать ее. При этом одно и то же содержание фиксируется в сознании четыре раза: во-первых, при самом слушании; во-вторых, когда выделяется главная мысль; в-третьих, когда подыскивается обобщающая фраза, и, наконец, при записи. Материал запоминается более полно, точно и прочно.

Хороший конспект – залог четких ответов на занятиях, хорошего выполнения устных опросов, самостоятельных и контрольных работ. Значимость конспектирования на лекционных занятиях несомненна. Проверено, что составление эффективного конспекта лекций может сократить в четыре раза время, необходимое для полного восстановления нужной информации. Для экономии времени, перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, внести исправления, выделить важные аспекты изучаемого материала

Конспект помогает не только лучше усваивать материал на лекции, он оказывается незаменим при подготовке экзамену. Следовательно, студенту в дальнейшем важно уметь оформить конспект так, чтобы важные моменты культурологической идеи были выделены графически, а главную информацию следует выделять в самостоятельные абзацы, фиксируя ее более крупными буквами или цветными маркерами. Конспект должен иметь поля для заметок. Это могут быть библиографические ссылки и, наконец, собственные комментарии.

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы. Лекция преподавателя представляет плод его индивидуального творчества. Он читает свой авторский курс со своей логикой и со своими теоретическими и методическими подходами. Это делает лекционный курс конкретного преподавателя интересным индивидуально-личностным событием. Кроме того, в своих лекциях преподаватель стремится преодолеть многие недостатки, присущие опубликованным учебникам, учебным пособиям, лекционным курсам. В лекциях находят освещение сложные вопросы Федерального образовательного стандарта, которые вызывают затруднения у студентов.

Сетка часов, отведенная для лекционного курса, не позволяет реализовать в лекциях всей учебной программы. Исходя из этого, каждый лектор создает свою тематику лекций, которую в устной или письменной форме представляет студентам при первой встрече. В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя документами – Федеральным государственным образовательным стандартом и Учебной программой. Кафедра не допускает стандартизации лекционных курсов. Именно поэтому в учебно-методическом пособии отсутствует подробный план лекционного курса, а дана лишь его тематика, носящая для лекторов рекомендательный характер.

Алгоритм составления конспекта:

- Определите цель составления конспекта.
- Читая изучаемый материал, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.
- Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.
- Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.
- В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).
- Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

- Используйте реферативный способ изложения (например: "Автор считает...", "раскрывает...").
- Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

Методические указания по подготовке к практическим (семинарским) занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Методические указания по выполнению практических заданий

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельности отношения к действительности.

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретными учебными модулями, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с

использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительны, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских (практических) занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к семинарским занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу, блиц-опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке к решению ситуационных задач (кейсов):

Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) – метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов).

Case – пример, взятый из реального бизнеса, представляет собой не просто правдивое описание событий, а единый информационный комплекс, позволяющий понять ситуацию.

Кейс-задача - проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

Методика решения кейсов

1. Понимание задачи

Одно из ваших первых обязательных действий – понять, что от вас требуется:

— усвоение какой учебной темы предполагает решение кейса;

— какого рода требуется результат;

— должны ли вы дать оценку тому, что произошло, или рекомендации в отношении того, что должно произойти;

— если требуется прогноз, на какой период времени вы должны разработать подробный план действий;

— какая форма презентации требуется, каковы требования к ней;

— сколько времени вы должны работать с кейсом?

2. Просмотр кейса

После того как вы узнали, каких действий от вас ждут, вы должны "почувствовать" ситуацию кейса:

— просмотрите его содержание, стараясь понять основную идею и вид предоставленной вам информации;

— если возникают вопросы, или рождаются важные мысли, или кажутся подходящими те или иные концепции курса, прочитав текст до конца, выпишите их;

— после этого прочтите кейс медленнее, отмечая маркером или записывая пункты, которые кажутся существенными.

3. Составление описания как путь изучения ситуации и определения тем

При просмотре кейса вам необходимо:

— структурировать ситуацию, оценивая одни аспекты как важные, а другие как несущественные;

— определить и отобразить все моменты, которые могли иметь отношение к ситуации. Из них вы сможете построить систему взаимосвязанных проблем, которые сделали ситуацию заслуживающей анализа;

— рассмотреть факторы, находящиеся вне прямого контекста проблемы, так как они могут быть чрезвычайно важны;

— опишите ситуацию (сравнивайте свои действия с поведением воспитателя, родителя, или ребёнка), ответив на вопросы:

Кто считает, что проблема, и почему?

На каком основании базируется мнение этих людей?

Что происходит (или не происходит), когда и где?

Какие связанные с происходящим вещи не являются проблемными и почему?

Что составляет более широкий контекст существующей ситуации?

Кто или что может влиять на проблемную ситуацию?

Есть ли другие заинтересованные лица, и кто они?

Каковы сдерживающие факторы, ограничивающие "пространство решения"?

4. Диагностическая стадия

Диагностическая стадия – одна из тех, к которым вы должны приложить максимум усилий, хотя ее успех зависит от эффективности предыдущих стадий:

— вспомните изученные вами ранее темы и проведите по ним мозговой штурм для выявления потенциально соответствующих кейсу теоретических знаний;

— вертикально структурируйте вопрос, начиная с тех, которые касаются отдельных работников, затем группы или подразделения, организации в целом и, наконец, окружающей среды. Таким образом, вы сможете создать матрицу основных вопросов и связанных с ними проблем и подумать о соответствующих концепциях для каждого "уровня".

— изучите обстоятельства возникновения ситуации;

— не забывайте возвращаться к информации кейса и более внимательно рассматривать факторы, ставшие важными в ходе диагностики. Вам нужно будет предъявить доказательства в поддержку вашего диагноза.

— отделяйте доказательства от предположений, факты от мнений и ставьте перед собой два вопроса: до какой степени вы уверены в правильности своих представлений и до какой степени их правильность важна для вашего диагноза.

5. Формулировка проблем

На этой стадии очень полезно письменно сформулировать ваше восприятие основных проблем.

Формулировка проблем окажется базисной точкой для последующих обсуждений:

— при наличии нескольких проблем полезно установить их приоритетность, используя следующие критерии: важность – что произойдет, если эта проблема не будет решена;

срочность – как быстро нужно решить эту проблему;

иерархическое положение – до какой степени эта проблема является причиной других проблем;

разрешимость – можете ли вы сделать что-либо для ее решения.

6. Выбор критериев решения проблемы

Сразу после выяснения структуры проблемы следует подумать о критериях выбора решений. В определенном смысле структура и определит критерии. Например, если выяснилось, что самая серьезная проблема связана с профессиональной культурой воспитателя, тогда решения должны будут повлиять на ее улучшение. Но если существуют также проблемы воспитания (обучения, развития) ребёнка, тогда будут критерии выбора, связанные и с ними.

7. Генерирование альтернатив

Достигнув ясного понимания своих целей, приняв решение о том, к каким областям проблемы вы хотите обратиться, и, имея достаточную уверенность, что проанализировали основные причины возникновения проблемы, вы должны обдумать возможные дальнейшие пути. Важно разработать достаточно широкий круг вариантов, опираясь на известные или изучаемые концепции, чтобы предложить лучшие способы действий, опыт решения других кейсов, креативные методы (мозговой штурм, аналогия и метафора, синектика и др.).

8. Оценка вариантов и выбор наиболее подходящего

На стадии выбора вариантов определите критерии предпочтительности варианта. Критерии выбора варианта должны быть основаны на том, в какой мере они способствуют решению проблемы в целом, а также по признакам выполнимости, быстроты, эффективности, экономичности. Каждый из критериев необходимо проанализировать с позиций всех групп интересов. При оценке вариантов вы должны подумать о том, как они будут воздействовать не только на центральную проблему, но и на всю ситуацию в целом. Определите вероятные последствия использования ваших вариантов.

9. Презентация ваших выводов

Методические указания по подготовке компьютерной презентации

Слово «презентация» обозначает представление, демонстрацию. Обычно для компьютерной презентации используется мультимедийный проектор, отражающий содержимое экрана компьютера на большом экране, вывешенном в аудитории. Презентация представляет собой совмещение видеоряда - последовательности кадров со звуком - последовательностью звукового сопровождения. Презентация тем эффективнее, чем в большей мере в ней используются возможности мультимедиа технологий.

Презентация представляет собой последовательность слайдов. Отдельный слайд может содержать текст, рисунки, фотографии, анимацию, видео и звук.

С точки зрения организации презентации можно разделить на три класса:

- интерактивные презентации;
- презентации со сценарием;
- непрерывно выполняющиеся презентации.

Интерактивная презентация - диалог между пользователем и компьютером. В этом случае презентацией управляет пользователь, т. е. он сам осуществляет поиск информации, определяет время ее восприятия, а также объем необходимого материала. В таком режиме работает ученик с обучающей программой, реализованной в форме мультимедийной презентации. При индивидуальной работе мультимедийный проектор не требуется. Все интерактивные презентации имеют общее свойство: они управляются событиями. Это означает, что когда происходит некоторое событие (нажатие кнопки мыши или позиционирование указателя мыши на экранном объекте), в ответ выполняется соответствующее действие. Например, после щелчка мышью на фотографии картины начинается звуковой рассказ об истории ее создания.

Презентация со сценарием - показ слайдов под управлением ведущего (докладчика). Такие презентации могут содержать «плывущие» по экрану титры, анимированный текст, диаграммы, графики и другие иллюстрации. Порядок смены слайдов, а также время демонстрации каждого слайда определяет докладчик. Он же произносит текст, комментирующий видеоряд презентации.

В непрерывно выполняющихся презентациях не предусмотрен диалог с пользователем и нет ведущего. Такие самовыполняющиеся презентации обычно демонстрируют на различных выставках.

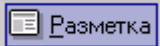
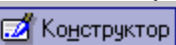
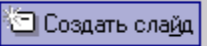



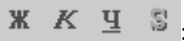
Создание презентации на заданную тему проходит через следующие этапы:






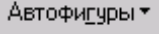





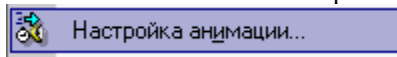
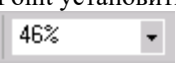




- 1) создание сценария;
- 2) разработка презентации с использованием программных средств.

Затем нужно выбрать программу разработки презентации. Каждая из существующих программ такого класса обладает своими собственными индивидуальными возможностями. Тем не менее между ними есть много общего. Каждая такая программа включает в себя встроенные средства создания анимации, добавления и редактирования звука, импортирования изображений, видео, а также создания рисунков. Программа PowerPoint, входящая в программный пакет Microsoft Office, предназначена для создания презентаций. С ее помощью пользователь может быстро оформить доклад в едином стиле, таким образом, значительно повысив степень восприятия предоставляемой информации аудиторией.

Презентация или «слайд-фильм», подготовленная в Power Point, представляет собой последовательность слайдов, которые могут содержать план и основные положения выступления, все необходимые таблицы, диаграммы, схемы, рисунки, входящие в демонстрационный материал. При необходимости в презентацию можно вставить видеоэффекты и звук.

Основные приемы создания и оформления презентации

Поставленная задача	Требуемые действия
Создать новую презентацию без помощи мастера и применения шаблона	Запустите Power Point. В окне диалога Power Point в группе полей выбора <i>Создание презентации</i> выберите <i>Новая презентация</i> .
Выбрать разметку слайда	В окне диалога <i>Создать слайд</i> выберите мышью требуемый вариант разметки. После выбора <i>Новая презентация</i> окно диалога <i>Разметка слайда</i> появляется автоматически. Если Вы хотите сменить разметку имеющегося слайда, то выполните команду <i>Формат/Разметка</i> слайда или воспользуйтесь пиктограммой, размещенной в панели <i>Форматирование</i> 
Применить шаблон дизайна	В меню <i>Формат</i> выберите команду <i>Оформление слайда</i> или воспользуйтесь пиктограммой, размещенной в панели <i>Форматирование</i> 
Вставить новый слайд	Откройте тот слайд, после которого Вы хотите вставить новый, и выполните команду <i>Вставка/Создать слайд</i> (Ctrl + M) или воспользуйтесь пиктограммой, размещенной в панели <i>Форматирование</i> 
Переместиться между слайдами	Воспользуйтесь бегунком или кнопками вертикальной полосы прокрутки или клавишами Page Down, Page Up. Перемещая бегунок можно по всплывающей подсказке определить, на каком слайде остановиться.
Активизировать панель <i>Рисование</i>	Выполните команду <i>Вид /Панели инструментов/Рисование</i>
Ввести текст в произвольное место слайда	Выберите на панели <i>Рисование</i> инструмент <i>Надпись</i>  и установите текстовый курсор в нужное место или меню <i>Вставка/Надпись</i> .
Отредактировать имеющийся текст	Щелкните по тексту, установите текстовый курсор в нужное место и внесите исправления или добавления.
Удалить текст вместе с рамкой	Щелкните по тексту, затем щелкните непосредственно по рамке и нажмите клавишу <i>Delete</i> .
Изменить шрифт или размер шрифта	Воспользуйтесь командой <i>Формат/Шрифт</i> или раскрывающимся списком шрифтов/размеров панели инструментов 
Изменить цвет шрифта	Выполните команду <i>Формат/Шрифт</i> или выберите кнопку <i>Цвет текста</i>  панели <i>Форматирование (Рисование)</i> .
Выбрать стиль оформления шрифта	Воспользуйтесь командой <i>Формат/Шрифт</i> или кнопками панели инструментов  : полужирный, курсив, подчеркнутый, тень.

Выровнять набранный текст относительно рамки	Воспользуйтесь командой Формат/Выравнивание/По левому краю (Ctrl + L); По центру (Ctrl + E); По правому краю (Ctrl + R); По ширине или кнопками панели инструментов  Форматирование .
Выбрать цвет и тип линии для рамки, подобрать заливку	Выделите рамку (или установите курсор в текст, введенный в рамку) и выполните команду Формат /  ... В появившемся диалоговом окне установите цвет заливки, тип линии и ее цвет. Также можно воспользоваться кнопками панели Рисование :  – заливка;  – цвет линии;  – тип линии.
Активизировать панель Автофигуры	Выберите команду Вставка/Рисунок/Автофигуры или воспользуйтесь кнопкой панели Рисование 
Нарисовать объект	Активизируйте панель Рисование , выберите соответствующий инструмент (линия, овал, прямоугольник и т.д.) и «растяните» фигуру на слайде, протаскивая курсор.
Изменить цвет объекта	Выделите объект и выполните команду Формат /  ... или воспользуйтесь кнопкой панели Рисование :  – цвет линии.
Настроить тень объекта	Выделите объект и воспользуйтесь кнопкой панели Рисование :  – Стиль тени .
Настроить объем объекта	Выделите объект и воспользуйтесь кнопкой панели Рисование :  – Объем .
Повернуть объект на какой-либо угол	Выделите объект и воспользуйтесь кнопкой панели Рисование Действия/Повернуть/отразить/Свободное вращение , а затем переместите мышью угол объекта в направлении вращения.
Сгруппировать объекты	Выделите все объекты, подлежащие группировке и выполните команду Группировка/Группировать контекстного меню выделенных объектов.
Художественная надпись	Воспользуйтесь кнопкой панели Рисование :  – Добавить объект WordArt .
Вставить звук	Выберите команду меню Вставка/Фильмы и звук/Звук из коллекции картинок; Звук из файла .
Настроить анимацию	В режиме слайдов щелкните объект, который хотите анимировать. В меню Показ слайдов выберите команду  Настройка анимации... или соответствующую команду контекстного меню выбранного объекта. Выберите нужные элементы панели Настройка анимации .
Установить масштаб рабочего слайда в среде Power Point	На панели Стандартная среды Power Point установить необходимый масштаб просмотра из раскрывающегося списка  46%
Способ представления документа (т.е. презентации .ppt) в окне приложения Power Point	Документ Power Point может отображаться в окне приложения тремя способами: в виде слайдов, в режиме структуры, в режиме сортировщика слайдов. Для изменения способа представления достаточно выбрать соответствующую команду в меню Вид или щелкнуть по одной из трех кнопок в левой части горизонтальной полосы прокрутки:  – показ слайдов (с текущего слайда);  – обычный режим;  – режим сортировщика слайдов.
Провести демонстрацию	Выполните команду Вид/Показ слайдов (F5) или воспользуйтесь кнопкой  .
Перейти к следующему слайду в процессе демонстрации	Воспользуйтесь щелчком мыши, клавишами Enter , Пробел ; Page Down , Page Up или клавиши навигации курсора (□□□): переход вперед/назад по галерее слайдов; Home – переход к самому первому слайду; End – переход к самому последнему слайду.

Сохраняется презентация в файле с расширением .ppt.

Методические указания по подготовке к тестированию

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

– Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

– Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

– Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

– Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

– Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

– Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

– Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность ошибок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

– Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

– При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Подготовка студентов к экзамену включает три стадии:

- самостоятельная работа в течение учебного года (семестра);
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билете.

Подготовку к экзамену необходимо целесообразно начать с планирования и подбора источников и литературы. Прежде всего, следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки к экзамену, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного материала. На эту работу целесообразно отвести большую часть времени. Следующим этапом является самоконтроль знания изученного материала, который заключается в устных ответах на программные вопросы, выносимые на экзамен. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать, так как в процессе записи включаются дополнительные моторные ресурсы памяти.

Предложенная методика непосредственной подготовки к экзамену может быть изменена. Так, для студентов, которые считают, что они усвоили программный материал в полном объеме и уверены в прочности своих знаний, достаточно быстрого повторения учебного материала. Основное время они могут уделить углубленному изучению отдельных, наиболее сложных, дискуссионных проблем.

Литература для подготовки к экзамену указана в программе курса.

Однозначно сказать, каким именно учебником нужно пользоваться для подготовки к экзамену нельзя, потому что учебники пишутся разными авторами, представляющими свою, иногда отличную от других, точку зрения по различным научным проблемам. Поэтому для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников (учебных пособий). Студент сам вправе

придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от позиции преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации. Наиболее оптимальны для подготовки к экзамену учебники и учебные пособия по экологическому праву, рекомендованные Министерством образования и науки.

Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций. Учебный материал в лекции дается в систематизированном виде, основные его положения детализируются, подкрепляются современными фактами и нормативной информацией, которые в силу новизны, возможно, еще не вошли в опубликованные печатные источники. Правильно составленный конспект лекций содержит тот оптимальный объем информации, на основе которого студент сможет представить себе весь учебный материал.

Следует точно запоминать термины и категории, поскольку в их определениях содержатся признаки, позволяющие уяснить их сущность и отличить эти понятия от других.

В ходе подготовки к экзамену студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания категорий. А это достигается не простым заучиванием, а усвоением прочных, систематизированных знаний, аналитическим мышлением. Следовательно, непосредственная подготовка к экзамену должна в разумных пропорциях сочетать и запоминание, и понимание программного материала.

В этот период полезным может быть общение студентов с преподавателями по дисциплине на групповых и индивидуальных консультациях.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Для проведения занятий лекционного и семинарского типа используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, ноутбуком (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для практической подготовки обучающихся используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки (электронно-библиотечная система – <http://www.iprbookshop.ru/> <https://www.urait.ru>).

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

Приложение к рабочей программе дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ по дисциплине «Корпоративная культура и имидж организации»

1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Описание показателей оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели оценивания и оценочные средства для оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
ПК-1 Способен организовать процесс предоставления услуги с учетом специфики рабочих процессов, конструктивных решений объектов сервиса и клиентоориентированных технологий	ПК-1.2. Осуществляет привлечение клиентов на предприятия социокультурного сервиса	Знает инструменты эффективного осуществления продаж	Устный опрос (№ Тест Презентации)	Контрольные вопросы (№14-19)
		Умеет осуществлять коммуникации с разными типами клиентов	Презентации Ситуационные задачи (№1-12)	Ситуационные задачи (№1-4)
		Владеет навыками проведения презентация предприятия социокультурного сервиса, новостей для размещения в сети Интернет	практические задания (№ 4, 6-8) Ситуационные задачи (№ 13-17)	Ситуационные задачи (№5-8)
Знания, умения, навыки ПК-1.2				Экзамен

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося.

Постоянный текущий контроль (после изучения каждой темы) позволяет обучающемуся систематизировать знания в разрезе отдельных тем дисциплины.

Все виды текущего контроля осуществляются на занятиях семинарского типа.

Процедура оценивания происходит с использованием тестирования, ситуационных задач, оценки практических заданий, презентаций, уровня подготовки студента при ответе на устном опросе.

Все виды текущего контроля осуществляются на занятиях семинарского типа.

Методическое описание подготовки и проведения тестирования

Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Примеры тестовых заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения презентаций

Темы презентаций предлагает преподаватель, студент может предложить свой вариант темы (обговаривается и согласовывается с преподавателем). Преподаватель определяет вид работы: индивидуальная или групповая. Результаты презентации оценивает преподаватель, могут быть привлечены студенты в рамках взаимооценки.

Список тем презентаций, а также критерии и шкала их оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения устного ответа

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения практических заданий

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения ситуационных задач

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с кейсами. Время решения кейса указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Кейсы на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание кейсов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

Экзамен – это форма промежуточной аттестации по дисциплине, задачей которой является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: собеседование преподавателя со студентами по вопросу экзаменационного билета и решения практического задания (или ситуационной задачи).

Билет к экзамену содержит 2 вопроса из перечня вопросов, приведенных в п. 3 и практического задания.

Вопросы к экзамену доводятся до сведения студентов заранее.

При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.

Время на подготовку ответа – до 30 минут.

По истечении времени подготовки ответа, студент отвечает на вопросы экзаменационного билета. На ответ студента по каждому вопросу билета отводится, как правило, 3-5 минут.

После ответа студента преподаватель может задать дополнительные (уточняющие) вопросы и предложить выполнить практико-ориентированные задания в пределах предметной области.

После окончания ответа преподаватель объявляет обучающемуся оценку по результатам экзамена, а также вносит эту оценку в экзаменационную ведомость, зачетную книжку.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

3.1. Примерный перечень типовых тестовых заданий

1. Кто относится к персоналу организации?

- а - работники, выполняющие производственные функции;
- б - работники, выполняющие управленческие функции;
- в - работники, выполняющие производственные функции и управленческие функции;
- г - работники, выполняющие производственные или управленческие операции и занятые переработкой предметов труда с использованием средств труда;
- д - работники, проработавшие в организации больше 1 года.

2. В чем состоит принципиальное отличие руководителей от специалистов?

- а - в юридическом праве принятия решений;
- б - наличие в подчинении других работников;
- в - в юридическом праве принятия решений и наличии в подчинении других работников;
- г - в несении ответственности за руководство людьми;
- д - в размере оплаты труда.

3. На сколько основных групп делятся специалисты в зависимости от результатов труда?

- а - на 2;
- б - на 3;
- в - на 4;
- г - на 5;
- д - на 6.

4. На какие основные группы делится персонал организации?

- а - на постоянных и временных работников;
- б - на производственный и управленческий персонал;
- в - на штатный и внештатный персонал;
- г - на высоко и низко оплачиваемый персонал;
- д - на персонал мужского и женского пола.

5. Как называется орган по управлению персоналом в современной зарубежной организации?

- а - отдел по управлению человеческими ресурсами;
- б - отдел по управлению персоналом;
- в - отдел кадров;
- г - отдел учета и подготовки персонала;
- д - отдел маркетинга персонала.

6. Что такое управление персоналом?

- а - специфическая функция управленческой деятельности;
- б - руководство людьми;
- в - специфическая функция, объектом которой является человек, входящий в определенные социальные группы;
- г - специфическая функция управленческой деятельности, главным объектом которой является человек, входящий в определенные социальные группы;
- д - управление людьми на производстве.

7. Какова роль человека в общественном производстве с точки зрения концепции управления персоналом?

- а - человек как ресурс производственной системы;
- б - человек как личность с потребностями и ценностями;
- в - человек как ресурс производственной системы и личность с потребностями, мотивами и ценностями;
- г - главный субъект управления;
- д - человек как главный капитал организации.

8. Какие методы относятся к методам управления персоналом?

- а - экономические и графические;
- б - экономические, организационно-распорядительные, социально-психологические;
- в - аналитические;
- г - политические;
- д - экономико-математические.

9. Какие подсистемы относятся к системе управления персоналом организации?

- а - маркетинга;
- б - планирования производства;
- в - условий труда и канцелярии;
- г - трудовых отношений, оформления и учета кадров;

д - охраны труда.

10. Что является главными задачами персонал-маркетинга?

- а - исследование рынка для установления потребностей организации в
- б - количестве и качестве персонала;
- в - исследование рынка для изучения спроса на товары;
- г - исследование рынка для изучения конкурентов;
- д - исследование рынка для изучения требований к персоналу;
- е - сезонное исследование рынка.

11. Какие существуют методы отбора персонала?

- а - поиск внутри организации;
- б - метод подбора с помощью сотрудников;
- в - метод объявлений;
- г - метод тестирования и отборочного собеседования;
- д - статистический.

12. Какие существуют методы профессионального развития персонала?

- а - метод анкетирования;
- б - метод тестирования;
- в - подготовка резерва руководителей;
- г - метод развития карьеры;
- д - метод экспертных оценок.

13. Какие существуют пути покрытия потребности в персонале:

- а - непрерывные;
- б - активные и пассивные;
- в - комплексные;
- г - ритмичные;
- д - окольные.

14. Какие существуют методы профессионального обучения непосредственно на рабочем месте?

- а - копирование;
- б - наставничество;
- в - ротация;
- г - использование учебных методик и инструкций;
- д - все вышеперечисленные методы.

15. Каковы методы профессионального обучения вне рабочего места?

- а - метод «деловых игр»;
- б - метод инструктажа;
- в - метод ротации;
- г - ученичество и наставничество;
- д - метод усложняющих заданий.

16. Назовите основные аспекты адаптации сотрудника в новой должности:

- а - психофизиологический;
- б - социально-психологический;
- в - профессиональный;
- г - организационный;
- д - все вышеперечисленные.

17. Назовите виды карьеры:

- а - замедленная;
- б - профессиональная и внутриорганизационная;
- в - стремительная;
- г - затяжная;
- д - головокружительная.

18. Назовите принципы построения системы управления персоналом организации:

- а - принцип непрерывности;
- б - принцип ритмичности;
- в - принцип комплексности;
- г - принцип обратной связи;
- д - все вышеперечисленные принципы.

19. Назовите факторы развития социальной среды организации:

- а - условия отдыха работников;
- б - продолжительность рабочего времени;
- в - моральное вознаграждение труда;
- г - социально-психологический климат, социальная защищенность работников;
- д - материальное вознаграждение труда.

20. Какие факторы определяют поведение индивида в организации?

- а - природные свойства личности;
- б - система потребностей, мотивов, интересов;
- в - система управления личностью;
- г - индивидуальные особенности личности;
- д - окружающая среда.

21. Какие направления имеет внутриорганизационная карьера?

- а - вертикальное;
- б - горизонтальное;
- в - центростремительное;
- г - ни одно из перечисленных;
- д - все перечисленные.

22. Назовите методы оценки результативности труда управленческого персонала:

- а - метод балльной оценки;
- б - метод тестирования;
- в - метод эмпатии;
- г - метод беседы;
- д - экспертный метод.

23. Назовите количество признаков, определяющих коллектив:

- а - 3;
- б - 5;
- в - 2;
- г - 7;
- д - 9.

24. Что такое конфликтная ситуация?

- а - противоречивые позиции сторон, стремление к противоположным целям, несовпадение интересов;
- б - различное понимание сложившейся производственной ситуации;
- в - несходство характеров;
- г - несходство темпераментов;
- д - несхожесть мнений.

25. Какие существуют методы управления конфликтами?

- а - внутриличностные методы;
- б - межличностные методы;
- в - структурные методы;
- г - переговоры;
- д - все перечисленные методы.

26. Какие существуют виды увольнения персонала?

- а - увольнение по инициативе сотрудника;
- б - увольнение по инициативе администратора;
- в - увольнение в связи с выходом на пенсию;
- г - ни один из перечисленных;
- д - все перечисленные виды.

27. Какие стили руководства производством существуют:

- а - индивидуальные, групповые;
- б - экономические, распорядительные, законодательные;
- в - либеральный, демократический, авторитарный;
- г - безудержный, живой;
- д - коллективные, коллегиальные.

28. Кто такой формальный лидер?

- а - это деловой лидер;
- б - организатор, инициатор в решении групповых проблем;
- в - это человек, назначенный на руководящую должность на основе приказа, распоряжения;
- г - это специалист, хорошо знающий свою работу;
- д - человек, склонный к риску.

29. Кто такой неформальный лидер?

- а - это эмоциональный лидер;
- б - который строит свои отношения в неформальной среде и оказывает влияние на людей;
- в - кто строит свои отношения на основе страха;
- г - построивший свой авторитет стихийно, случайно;
- д - строящий свои отношения на основе давления.

30. Принципы подбора кадров:

- а - по политическим качествам;
- б - по уровню образования и знаний;
- в - по личным качествам;

г - по личным и деловым качествам;
д - все ответы верны.

Ключ для проверки правильности ответов

Номер теста	Вариант правильного ответа	Номер теста	Вариант правильного ответа
1	г	16	д
2	в	17	б
3	б	18	д
4	б	19	г
5	а	20	б
6	г	21	д
7	в	22	а
8	б	23	а
9	г	24	а
10	а	25	д
11	г	26	д
12	в	27	в
13	б	28	в
14	д	29	б
15	а	30	г

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов	Оценка
86 – 100%	отлично
71 – 85%	хорошо
51 – 70%	удовлетворительно
50%	неудовлетворительно

3.2. Примерный перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Сущность корпоративной культуры.
2. Структура корпоративной культуры в организации.
3. Корпоративная культура как система прогрессивных методов, приемов и средств управления.
4. Корпоративное управление как важнейший фактор социально-экономического развития государства.
5. Принципы формирования корпоративной культуры.
6. Основные особенности управленческих решений..
7. Факторы формирования корпоративной культуры.
8. Классификация управленческих решений.
9. Функции корпоративной культуры.
10. Значение корпоративной культуры для организации.
11. Карта мнений. Метод причинно-следственных цепочек
12. Корпоративное управление как важнейший фактор социально-экономического развития государства.
13. Сущность организационного климата. Определение организационного климата и других близких к нему по содержанию терминов..
14. Корпоративное управление как комплекс мер и правил по максимизации прибыли предприятия..
15. Ценностные ориентиры организации: организационные ценности и нормы
16. Условия реализации эффективного корпоративного управления.
17. Основные международные принципы корпоративного управления.
18. Личностные характеристики персонала. Экономическая культура.
19. Установки, способствующие формированию корпоративной культуры.
20. Этапы формирования корпоративной культуры.
21. Диагностика состояния ценностей корпоративной культуры.
22. Формирование требований к персоналу. Демократический стиль принятия решений.
23. Факторы, определяющие уровень корпоративной культуры персонала.
24. Формирование социально-производственных связей, морального климата и стиля производственных отношений в трудовом коллективе.
25. Обеспечение высокой мотивированности персонала на эффективную совместную работу и достижение разделяемых всеми корпоративных целей.
26. Корпоративный кодекс фирмы и характеристика его основных элементов.
27. Система стимулирования сотрудников: цели создания, назначение и основные формы.

28. Процедуры создания корпоративной культуры персонала и способы ее освоения на предприятиях сервиса.
29. Особенности подбора и подготовки кадров для предприятий сервиса.
30. Имидж организации и его составляющие.
31. Инструменты эффективного осуществления продаж.
32. Имидж как инструмент эффективного осуществления продаж.
33. Особенности обслуживания клиента.
34. Характеристика процесса консультации по продукту (услуге).

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие вопросов. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении содержания вопроса используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

3.3. Примерный перечень типовых тем презентаций

1. Понятие корпоративной культуры: подходы к определению.
2. Исторические аспекты возникновения и развития корпоративной культуры.
3. Основные факторы формирования корпоративной культуры.
4. Структура корпоративной культуры.
5. Модели и типы корпоративной культуры.
6. Функции корпоративной культуры.
7. Принципы и этапы формирования корпоративной культуры.
8. Этика деловых отношений
9. Мотивация персонала на достижение целей организации.
10. Управление персоналом сервисных предприятий
11. Корпоративный кодекс: основное содержание.
12. Требования к компетенции персонала. Подбор персонала.
13. Имидж организации и условия его формирования
14. Особенности коммуникации с разными типами клиентов
15. Особенности презентации предприятия социокультурного сервиса.
16. Характеристика инструментов продаж
17. Инструменты эффективного осуществления продаж

Критерии и шкала оценки презентации

Критерии оценивания:

1. Содержание презентации:
 - раскрытие темы
 - подача материала (обоснованность разделения на слайды)
 - наличие и обоснованность графического оформления (фотографий, схем, рисунков, диаграмм)
 - грамотность изложения

- наличие интересной дополнительной информации по теме проекта
- ссылки на источники информации (в т.ч. ресурсы Интернет)
- 2. Оформление презентации
 - единство дизайна всей презентации
 - обоснованность применяемого дизайна
 - единство стиля включаемых в презентацию рисунков
 - применение собственных (авторских) элементов оформления
 - оптимизация графики
- 3. Обоснованное использование эффектов мультимедиа: графики, анимации, видео, звука.
- 4. Навигация: наличие оглавления, кнопок перемещения по слайдам или гиперссылок.
- 5. Доклад на заданную тему с использованием презентации.

Оценка	Характеристики презентации
отлично	В презентации полностью и глубоко раскрыто наполнение (содержание) представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Представлен перечень источников, оформленный согласно общепринятым требованиям. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в кадрах соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении.
хорошо	В презентации полностью раскрыто наполнение (содержание) представляемой темы; четко определена структура презентации; имеются незначительные фактические (содержательные) ошибки и орфографические и стилистические ошибки (не более трех). Представлен перечень источников, оформленный согласно общепринятым требованиям. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в кадрах не в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении.
удовлетворительно	В презентации не полностью раскрыто наполнение (содержание) представляемой темы; четко определена структура презентации; имеются незначительные фактические (содержательные) ошибки и орфографические и стилистические ошибки (не более трех). Представлен перечень источников, однако оформление не соответствует общепринятым требованиям. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в кадрах не в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении.
неудовлетворительно	В презентации не раскрыто наполнение (содержание) представляемой темы; не четко определена структура ресурса; имеются фактические (содержательные) ошибки и орфографические и стилистические ошибки. Представлен перечень источников, однако оформление не соответствует общепринятым требованиям. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в кадрах не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении.

3.5. Примерный перечень типовых ситуационных задач (кейсов)

Задание 1.

Опираясь на классификацию клиентов по поведенческому признаку, раскройте базовые правила общения с «деспотами», которые помогут избежать проблем при коммуникации с представителями данного типа.

Деспот. Это враждебно настроенный, вспыльчивый и нервный покупатель. Скандалист и спорщик, который на все 100 % уверен в своей правоте. Не приемлет критики в собственный адрес. Если деятельность вашей фирмы предполагает совершение теплых/холодных обзвонов, то это не ваш тип клиентов. Общаться с «деспотом» зачастую затруднительно даже для мастеров продаж.

Задание 2.

Как правильно работать с такими клиентами как «Незнайка»?

Представителями данного типа являются покупатели, которые сами не знают, что им нужно. Они мечутся от одного товара к другому и не могут решить – что же приобрести. Однако, «незнайки» осознают, для чего им нужен тот или иной товар. Именно на этом следует сконцентрироваться при работе с таким типом потребителей.

Например, вы заметили посетителя, который выбирает йогурт в вашем магазине. На стенде представлен широкий выбор данного продукта (разных фирм, вкусов, жирности и т.д.). Потенциальный покупатель долго изучает ассортимент, берет то один, то другой йогурт, но в конечном итоге уходит, не купив ничего. Персонаж, описанный в данном примере – яркий представитель типа «незнайки». Он не смог выбрать йогурт, потерявшись в разнообразии ассортимента.

Интересно, что экспериментальным путем было установлено – любой потенциальный покупатель сталкивается с проблемой выбора, если предложить ему более 4 вариантов.

Задание 3.

Тип клиента «Знайка»

Убеждены, что знают все и обо всем, всегда готовы дать ответ на любой вопрос, а потому уверены, что знают товар лучше продавцов. В процессе общения входят в роль «эксперта» и пытаются поймать консультанта на незнании предлагаемого продукта.

Яркая иллюстрация данного типажа представлена в фильме «Бойлерная». Посмотрите его в качестве учебного пособия.

Какая самая оптимальная стратегия при работе с таким покупателем?

Задание 4.

Тип клиента Болтун

Такие люди зачастую обращаются к продавцам ради разговора. Представители данного типа клиентов – открытые люди, которые отличаются веселым характером и легкостью в общении.

Какие методы продаж Вы будете использовать при общении с данным клиентом.

Задание 5.

Тип клиента Молчун

Диаметрально противоположный предыдущему тип. Характерные черты – неприветливость, опасливость, закрытость. Цель – купить что-то, а не поболтать. Сложность при работе с таким посетителем состоит в том, что он сам не озвучит, что же ему нужно. Вероятнее всего, он будет молча изучать представленные в магазине товары, пытаясь самостоятельно обнаружить необходимый. Если в итоге он найдет что искал – обязательно купит, а если нет – уйдет, так и не спросив о наличии нужного ему товара.

Какую стратегию коммуникации выберете с данным типом клиента?

Задание 6.

Тип клиента Ворчун

Определить «ворчуна» не сложно – это вечно недовольные, неуверенные, подозрительные люди, которые часто прибегают к критике. Такой тип ставит под сомнение абсолютно все, а также часто бывает недоволен реалиями.

Принципы, которыми следует руководствоваться при коммуникации с этим типом клиента?

Задание 7.

Тип клиента Консерватор

Не любит перемен, впадает в стрессовое состояние из-за любых изменений в жизни. Компании ценят таких покупателей, так как единожды совершив покупку в какой-то фирме, он непременно вернется.

Яркий представитель – мужчина из фильма «Пингвины мистера Поппера», который не хотел продавать здание герою Джима Керри мистеру Попперу.

Как работать с «консерватором»? Расскажите в чем состоит его выгода от покупки именно вашего товара. Назовите несколько известных личностей, которые также пользуются вашим продуктом.

Задание 8.

Тип клиента Аналитик

Данный тип отличается рациональностью и принимает решение лишь после тщательного взвешивания всех аргументов «за» и «против».

«Аналитик» заиклен на сборе информации о товаре, категоричен в рассуждениях. Принимает к сведению лишь аргументированные доводы. Данной категории покупателей важна цена – если он понимает, что аналогичный товар можно приобрести дешевле у конкурентов, то он пойдет за покупкой именно к ним.

Какие приемы коммуникации будете использовать, работая с данным типом клиентов?

Задание 9.

Тип клиента Целеустремленный тип

Точно знает, что ему нужно. Если он решил приобрести какой-либо товар, то он купит его ни смотря ни на что. За понравившийся продукт готов заплатить любую сумму и даже переплатить.

Как работать с данным типом клиентов?

Задание 10.

Тип клиента Эмоциональный тип

Для эмоционального типа клиента абсолютно нормально принимать решения, опираясь на собственные чувства и эмоции, а также менять свое мнение по несколько раз подряд. Стоимость важна, но все же не играет для них решающей роли при принятии решения о покупке. Представителями данного типа чаще всего являются импульсивные, творческие люди.

Как лучше коммуницировать с таким клиентом?

Задание 11.

Тип клиента Гармонический тип

Вдумчиво оценивает все «за» и «против», и, если приходит к решению о покупке, непременно ее совершит. Для данного типа клиентов важно отношение персонала к нему, поэтому будьте вежливы и доброжелательны. Очень часто такие потребители могут совершить покупку именно в том магазине, где им больше всего понравится уровень обслуживания.

Какие приемы коммуникации будете использовать, работая с данным типом клиентов?

Задание 12.

«Как восстановить отношения с клиентом в личном контакте.

Клиент уже один раз на нашем товаре обжегся (а обжегшись на молоке, дуем на воду) и не хочет у нас покупать. Наши предложения даже не рассматриваются. Какую коммуникацию и какой прием можно попробовать для восстановления отношений с клиентом?

Задание 13

«Инициирование позитивного эмоционального отношения участников презентации».

Вы проводите презентацию нового продукта для группы лиц. Реакция этих людей вам неизвестна. Как инициировать позитивное эмоциональное отношение слушателей? Предложите вариант проведения презентации

Задание 14

«Сбыт неходовового товара».

Наш закупщик по ошибке приобрел 1 млн тюбиков крема от загара. Что сделаем, чтобы быстро его сбыть? Предложите варианты проведения презентация, а также новостей для размещения в сети Интернет

Задание 15.

«Налаживание путей для сотрудничества в условиях возвеличивания конкурента покупателем».

Вы – поставщик и по телефону сделали коммерческое предложение руководителю фирмы-закупщика «Х». К вашему сожалению, собеседник легко парирует на ваши предложения:

«У нас уже есть поставщик! Он нас устраивает. Условия приемлемые». Но данный клиент вам нужен не только сейчас, но и на перспективу.

Как вы поступите? Предложите варианты проведения презентация вашего предприятия.

Задание 16

«Как провести презентацию, чтобы покупатель, не скучал и не критиковал?».

Вспомните, какие презентации и в чьем исполнении вам доводилось видеть? Каким было ваше впечатление от них? Заканчивались ли эти презентации тем, к чему так стремились их «исполнители». Проанализируйте этот опыт. Как поступили бы Вы в подобной ситуации.

Задание 17. Ситуация-упражнение "Парламентское лобби" для оценки навыка презентации, коммуникации и противостояния манипуляции

Упражнение можно использовать как в работе с двумя мини-командами по 2-4 человека, так и в режиме парной ролевой игры.

Также данное упражнение можно применять на тренингах по мотивации подчиненных или клиентов.

В командном варианте группа кандидатов разбивается на две команды.

Команды поочередно представляют собой парламент и лобби.

Задача лобби продвинуть в парламенте явную и неявную инициативу.

На первом этапе игры обе команды придумывают законотворческую тему и инициативу.

Команда парламента придумывает тему законодательных слушаний в парламенте, причем такую, чтобы усложнить команде лобби выполнение своей цели. Эти темы могут быть далекими как от современности, так и от экономической целесообразности. Например: "Закон об ограничении негативного воздействия на кроликов и зайцев в стране".

Команда лобби придумывает две инициативы. Одна инициатива явная и благородная, а вторая скрытая и корыстная. Например, явная инициатива - помощь бедным. Скрытая инициатива - на каждый доллар отданный беднякам давать богачам возможность укрыть от налогообложения 10 долларов. При этом команда лоббистов продумывает основные аргументы в пользу своего предложения.

Обе команды передают ведущему результаты своей работы. Ведущий озвучивает тему слушаний в парламенте.

Команда лоббистов направляет в парламент своего представителя или представителей. Который/которые за 3 минуты выступления должны убедить парламент строго в рамках заявленной темы слушаний принять закон, который бы реализовал явную и скрытую инициативу.

Выступление предполагает возможность парламентариям задавать вопросы.

После выступления представителя лобби, парламентарии обсуждают между собой его предложение и голосуют за или против предложения лобби, но с поправками. При этом они должны выявить скрытую инициативу и заблокировать ее поправками, даже если голосуют против предложенной инициативы.

Например, парламент объявляет, что принимает закон о финансовой помощи тем беднякам, которые возьмут на себя обязательство спасти кроликов и зайцев, попавших в беду, но блокирует освобождение от налогов тех бизнесменов, которые построят за свой счет специальные вольеры для зайцев и кроликов.

За принятие явной инициативы парламентом команда получает 10 баллов, за принятие скрытой инициативы - 50 баллов.

За блокирование "правильной" скрытой инициативы команда парламента получает 30 баллов.

Как правило, игра играется в два, четыре или шесть раундов, чтобы по возможности каждый участник мог выступить в качестве лоббиста или солоббиста и чтобы обе команды равное количество раз были в роли парламентариев и лоббистов.

Критерии и шкала оценки выполнения ситуационных задач

Оценка за кейса выставляется по четырехбалльной шкале.

Оценка	Критерии
Отлично	Кейс-задание выполнено полностью, в рамках регламента, установленного на публичную презентацию, обучающийся (еся) приводит (подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему(ы) и причины ее (их) возникновения. В

	случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного отчета-презентации по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений..
Хорошо	кейс-задание выполнено полностью, но в рамках установленного на выступление регламента, обучающиеся (йся) не приводят (не подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением, подготовленная устная презентация выполненного кейс-задания не очень структурирована. При письменном отчете-презентации по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений.
Удовлетворительно	кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) расплывчато раскрывает решение, не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения, Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. Подготовленная презентация выполненного кейс-задания не структурирована. В случае письменной презентации по выполнению кейс-задания не сделан детальный анализ кейса, далеко не все факты учтены, для решения выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения.
Неудовлетворительно	кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализ кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или отчете-презентации, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе.

3.6. Примерный перечень практических заданий

Задание 1.

Разработайте план работы с персоналом организации с целью создания имиджа организации.

Задание 2.

Разработайте проект по созданию имиджа организации (на примере предприятия социокультурного сервиса).

Задание 3.

Разработайте стратегию формирования корпоративной культуры организации (на примере организации в сфере сервиса).

Задание 4.

Приведите пример представления новостей предприятия социокультурного сервиса для размещения в сети Интернет

Задание 5.

Составить имидж делового человека (в сфере сервиса). Работа выполняется в микрогруппах; это может быть коллаж, стихотворение, песня и т.п.

Представление своих работ, защита.

Задание 6.

Дайте характеристику предоставления услуги с учетом конструктивных решений объектов сервиса и клиентоориентированных технологий.

Результат представьте в сводной таблице или в виде интеллект-карты.

Задание 7.

Подготовьте презентацию предприятия социокультурного сервиса.

Задание 8.

Подготовьте пресс-релиз для размещения в сети Интернет на примере какого-либо мероприятия, проводимого на одном из предприятий социокультурного сервиса.

Критерии и шкала оценки практического задания

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме: необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим систематический характер знаний учебного материала и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Достаточно обоснование возможности практического использования полученных данных. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. Выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении задания. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний, допущены большие неточности, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем продукта. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

Типовые задания для промежуточной аттестации

3.6. Типовые контрольные вопросы для устного опроса на экзамене

1. Сущность и структура корпоративной культуры и ее функции.
2. Принципы формирования корпоративной культуры.
3. Корпоративная культура как система прогрессивных методов, приемов и средств управления.
4. Имидж организации и его составляющие.
5. Факторы формирования корпоративной культуры.
6. Условия формирования имиджа личности и организации.
7. Личностные характеристики персонала. Экономическая культура.
8. Групповой и корпоративный имидж. Структура и содержание
9. Корпоративный кодекс фирмы и характеристика его основных элементов.
10. Обеспечение высокой мотивированности персонала на эффективную совместную работу и достижение разделяемых всеми корпоративных целей.
11. Особенности подбора и подготовки кадров для предприятий сервиса
12. Система стимулирования сотрудников: цели создания, назначение и основные формы.

13. Предоставление услуги с учетом конструктивных решений объектов сервиса и клиентоориентированных технологий.
14. Особенности коммуникации с разными типами клиентов
15. Особенности презентации предприятия социокультурного сервиса.
16. Характеристика инструментов продаж
17. Инструменты эффективного осуществления продаж.
18. Особенности обслуживания клиента.
19. Характеристика процесса консультации по продукту (услуге).
20. Этапы формирования корпоративной культуры.

3.7. Типовые практические ситуационные задачи для промежуточной аттестации

Задание 1.

Тип клиента «Целеустремленный»

Точно знает, что ему нужно. Если он решил приобрести какой-либо товар, то он купит его ни смотря ни на что. За понравившийся продукт готов заплатить любую сумму и даже переплатить.

Как работать с данным типом клиентов?

Задание 2.

Тип клиента «Эмоциональный тип»

Для эмоционального типа клиента абсолютно нормально принимать решения, опираясь на собственные чувства и эмоции, а также менять свое мнение по несколько раз подряд. Стоимость важна, но все же не играет для них решающей роли при принятии решения о покупке. Представителями данного типа чаще всего являются импульсивные, творческие люди.

Как лучше коммуницировать с таким клиентом?

Задание 3.

Тип клиента «Гармонический тип»

Вдумчиво оценивает все «за» и «против», и, если приходит к решению о покупке, непременно ее совершит. Для данного типа клиентов важно отношение персонала к нему, поэтому будьте вежливы и доброжелательны. Очень часто такие потребители могут совершить покупку именно в том магазине, где им больше всего понравится уровень обслуживания.

Какие приемы коммуникации будете использовать, работая с данным типом клиентов?

Задание 4.

«Как восстановить отношения с клиентом в личном контакте.

Клиент уже один раз на нашем товаре обжегся (а обжегшись на молоке, дуем на воду) и не хочет у нас покупать. Наши предложения даже не рассматриваются. Какую коммуникацию и какой прием можно попробовать для восстановления отношений с клиентом?

Задание 5

«Инициирование позитивного эмоционального отношения участников презентации».

Вы проводите презентацию нового продукта для группы лиц. Реакция этих людей вам неизвестна. Как инициировать позитивное эмоциональное отношение слушателей? Предложите вариант проведения презентации

Задание 6

«Сбыт неходового товара».

Наш закупщик по ошибке приобрел 1 млн тюбиков крема от загара. Что сделаем, чтобы быстро его сбыть? Предложите варианты проведения презентация, а также новостей для размещения в сети Интернет

Задание 7.

«Налаживание путей для сотрудничества в условиях возвеличивания конкурента покупателем».

Вы – поставщик и по телефону сделали коммерческое предложение руководителю фирмы-закупщика «Х». К вашему сожалению, собеседник легко парирует на ваши предложения:

«У нас уже есть поставщик! Он нас устраивает. Условия приемлемые». Но данный клиент вам нужен не только сейчас, но и на перспективу.

Как вы поступите? Предложите варианты проведения презентация вашего предприятия.

Задание 8

«Как провести презентацию, чтобы покупатель, не скучал и не критиковал?».

Вспомните, какие презентации и в чьем исполнении вам доводилось видеть? Каким было ваше впечатление от них? Заканчивались ли эти презентации тем, к чему так стремились их «исполнители». Проанализируйте этот опыт. Как поступили бы Вы в подобной ситуации.

Критерии и шкала оценки промежуточной аттестации – экзамена

Оценка	Критерии ответа
Отлично	При <i>высоком уровне</i> студент демонстрирует глубокое, полное раскрытие основ методики преподавания психологии; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем преподавания психологии в школе и системе среднего профессионального образования используется

	аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Демонстрируется самостоятельность и правильность решения практического задания (или/ и ситуационной задачи), уверенность, логичность, последовательность и аргументированность изложения своего решения, используя понятия профессиональной сферы.
Хорошо	При <i>достаточном уровне</i> студент демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Демонстрируется правильность решения практического задания (или/ и ситуационной задачи), уверенность, логичность, последовательность и аргументированность изложения своего решения, используя понятия профессиональной сферы.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном уровне</i> студент в ответе допускает существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно. Допущены несущественные ошибки при выполнении практического задания (или/и ситуационной задачи), слабо аргументировано свое решение
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе студент демонстрирует непонимание основ методики преподавания психологии; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии. Не решена учебно-профессиональная задача, или решена с грубыми ошибками.