


**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»**

Утверждаю  
Декан СПФ

  
Т.В. Поштарева  
«19» мая 2023 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Корпоративная культура и имидж организации»**

Направление подготовки 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль) программы: Менеджмент, маркетинг и дизайн в сервисе

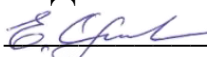
Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

год начала подготовки - 2023

Разработана

канд. пед. наук. доцент кафедры  
СГД

 Смирнова Е.В.

Согласована

Зав. выпускающей кафедры  
сервиса и туризма

 Т.В. Вергун

Рекомендована

на заседании кафедры СГД

от «19» мая 2023 г.

протокол № 9

 Е.В. Смирнова

Одобрена

на заседании учебно-  
методической

комиссии СПФ

от «19» мая 2023г.

протокол № 9

Председатель УМК

 Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2023 г.

## Содержание

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

## 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)
Проектирование корпоративного стиля	Технологии и организация гостиничных услуг
Профессиональная этика и этикет	

## 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 сервиса	<b>Знает</b> инструменты эффективного осуществления продаж <b>Умеет</b> осуществлять коммуникации с разными типами клиентов <b>Владет</b> навыками проведения презентации предприятия социокультурного сервиса, новостей для размещения в сети Интернет
	ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с потребителями и заинтересованными лицами на предприятиях сервиса	<b>Знает</b> методы организации деловых коммуникаций в контактной зоне предприятия сервиса <b>Умеет</b> распределять задачи для персонала и контролировать их выполнение <b>Владет навыками</b> обеспечения работы контактной зоны предприятия сервиса

## 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

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

ОФО

Вид учебной работы	Всего часов	триместр
		А
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>32,5</b>	<b>32,5</b>
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	0
из них		
– лекции	10	10
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20
из них		
– семинары (С)	10	10
– практические занятия (ПР)	10	0
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2

4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>75,5</b>	<b>75,5</b>
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.)	49	49
Подготовка к аттестации	26,5	26,5
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

### ЗФО

Вид учебной работы	Всего часов	триместр
		Б
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>10,5</b>	<b>10,5</b>
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них		
– лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	6	6
из них		
– семинары (С)	6	6
– практические занятия (ПР)	6	6
– лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации		
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>97,5</b>	<b>97,5</b>
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.)	89	89
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 корпоративного управления.	Корпоративное управление как важнейший фактор социально-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.	15	2	2	2	9
2	Сущность и значение корпоративного управления.	16	2	2	2	10
3	Формирование корпоративной культуры и имиджа организации.	16	2	2	2	10
4	Формирование корпоративной культуры персонала.	16	2	2	2	10
5	Обслуживание клиента. Консультации по	16	2	2	2	10

	продукту (услуге)					
	Групповые консультации	2				
	Промежуточная аттестация-экзамен	27				
	Общий объём, час	<b>108</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>49</b>

### ЗФО

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		Всего	Л	С	ПР	СР
1	Сущность и содержание корпоративной культуры.	32	2			30
2	Сущность и значение корпоративного управления.	32	2			30
3	Формирование корпоративной культуры и имиджа организации.	22			2	10
4	Формирование корпоративной культуры персонала.	22			2	10
5	Обслуживание клиента. Консультации по продукту (услуге)	13	2		2	9
	Групповые консультации	9				
	Промежуточная аттестация-экзамен					
	Общий объём, час	<b>108</b>	<b>4</b>		<b>6</b>	<b>89</b>

### 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.	2.	С/ПР	Сущность и значение корпоративного управления.	2/2
3.	3.	С/ПР	Формирование корпоративной культуры и имиджа организации.	2/2
4.	4.	С/ПР	Формирование корпоративной культуры персонала	2/2
5.	5.	С/ПР	Обслуживание клиента. Консультации по продукту (услуге)	2/2

#### 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)	2

### 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	9	30
2	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	10	30
3	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	10	10
4	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	10	10
5	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников	10	9

	Подготовка конспектов и презентаций по теме		
--	---	--	--

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- сбор, хранение, систематизация и представление учебной и научной информации;
- обработка текстовой 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 ресурсов и баз данных;
- использование образовательных технологий в рамках ЭИОС для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

### 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	2	2
5	ПР	Ситуационные задачи	2	2

### Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
-	-	-	-	-

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### Типовые задания для текущего контроля успеваемости

#### Типовые контрольные вопросы 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**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии</b>
<b>Отлично</b>	<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.
<b>Хорошо</b>	<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.
<b>Удовлетворительно</b>	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.
<b>Неудовлетворительно</b>	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.

#### **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.

**Критерии и шкала оценки тестовых заданий**

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

**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 то 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 мистери 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 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 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 наработки. 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 решения ситуационной задачи**

Оценка	Критерии оценки
отлично	Ситуационная задача решена правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса.
хорошо	Ситуационная задача решена решен правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.
удовлетворительно	Ситуационная задача решена правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.
неудовлетворительно	Ситуационная задача решена неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

#### **Типовые задания для промежуточной аттестации**

##### **Перечень типовых контрольных вопросов к экзамену**

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.

##### **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 экзамена по дисциплине

Оценка	Критерии
<b>Отлично</b>	<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. Ситуационная задача решена правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса.
<b>Хорошо</b>	<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. Ситуационная задача решена решен правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.

<b>Удовлетворительно</b>	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. Ситуационная задача решена правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.
<b>Неудовлетворительно</b>	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. Ситуационная задача решена неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

## 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, 2023. — 306 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01440-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511220>

### 8.2. Дополнительная литература

1. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко [и др.] ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 408 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01353-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510546>

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, 2023. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510076>

3. Чернышова, Л. И. Этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для вузов / Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 161 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02406-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512058>

### 8.3. Программное обеспечение

MicrosoftWindows, MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2019, GoogleChrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

Библиотечно-информационный  
центр Северо-Кавказского  
социального института

### 8.4. Профессиональные базы данных

База данных «Корпоративный менеджмент. Библиотека управления» - [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)  
База данных отелей по всему миру - <https://www.hotels.ru/>  
Единый федеральный реестр туроператоров - <https://www.russiatourism.ru/operators/>

### 8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>  
Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>  
*Поисковые системы*  
Поисковая система Google - <https://www.yandex.ru/>  
Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>



Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

## **8.6. Интернет-ресурсы**

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

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

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

Просветительский проект Лекториум - <https://www.lektorium.tv/>

Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/environment/ebs/1363/>

Цифровой образовательный ресурс IPRsmart - <https://www.iprbookshop.ru>

Образовательная платформа ЮРАЙТ - <https://urait.ru/>

### ***Методические рекомендации по ведению конспектов лекций***

Конспектирование лекции – важный шаг в запоминании материала, поэтому конспект лекций необходимо иметь каждому студенту. Задача студента 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.

Различаются четыре типа конспектов:

*План-конспект* – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

*Текстуальный конспект* – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

*Свободный конспект* – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

*Тематический конспект* – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

### ***Методические указания по подготовке к практическим 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 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 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 конкретных учебных модулей, 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 относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

#### ***Методические рекомендации 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 опусок 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 итоговому 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, Интернеттренажеры, 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 решению ситуационных задач (кейсов)***

Ситуационные задачи - это задачи, позволяющие осваивать интеллектуальные операции последовательно в процессе работы с информацией: ознакомление - понимание - применение - анализ - синтез - оценка.

Специфика ситуационной задачи в том, что она носит ярко выраженный практикоориентированный и интегративный характер, но для ее решения необходимо конкретное предметное знание.

1. Вначале внимательно прочитайте всю информацию, изложенную в задаче, чтобы составить целостное представление о ситуации.

2. Еще раз внимательно прочитайте информацию. Выделите те абзацы, которые кажутся вам наиболее важными.

3. Постарайтесь сначала в устной форме охарактеризовать ситуацию. Определите, в чем ее суть, что имеет первостепенное значение, а что - второстепенное. Потом письменно зафиксируйте выводы.

4. Зафиксируйте все факты, которые относятся к этой проблеме, (и те, которые изложены в ситуации, и те, которые вам известны из литературных источников и собственного опыта) в письменном виде. Так вы облегчите нахождение взаимосвязей между явлениями, которые описывает ситуация

5. Сформулируйте основные положения решения, которое, на ваш взгляд, необходимо принять относительно изложенной проблемы

6. Попытайтесь найти альтернативные варианты решения проблемы, если такие существуют

7. Разработайте перечень практических мероприятий по реализации вашего решения. Попробуйте определить достоверность достижения успеха в случае принятия предложенного вами решения 8. Изложите результаты решения задачи в письменной форме.

#### ***Методические указания по подготовке к экзамену***

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.

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.

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**

Для проведения лекционных и практических занятий используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, компьютером или ноутбуком.

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор.

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

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-библиотечные системы - <http://www.iprbookshop.ru/> <https://urait.ru> <https://sksi.ru/Environment/EbsSksi>).

## **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, оказывающего 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, оказывающего 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.