

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
"Ростовский институт защиты предпринимателя"**

**(г. Ростов-на-Дону)**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор  
Паршина А.А.

**Внутренний маркетинг и коммуникации  
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Учебный план	42.03.01_ОФО_2023.plx 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Квалификация	<b>бакалавр</b>	
Форма обучения	<b>очная</b>	
Общая трудоемкость	<b>2 ЗЕТ</b>	
Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 4
аудиторные занятия	32	
самостоятельная работа	39,9	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0,1	

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	17 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Иная контактная работа	0,1	0,1	0,1	0,1
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32,1	32,1	32,1	32,1
Сам. работа	39,9	39,9	39,9	39,9
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):  
кполн, Доцент, Разномазова Мария

Рецензент(ы):  
*дэн, Профессор, Павлюкова Антонина Викторовна*

Рабочая программа дисциплины  
**Внутренний маркетинг и коммуникации**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:  
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
утвержденного учёным советом вуза от 29.06.2023 протокол № 35.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры  
**Гуманитарные и социально-экономические дисциплины**

Протокол от 31.05.2023 г. № 10

Зав. Кафедрой Гайломазова Е.С.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.1	- Формирование компетенций по продвижению бренда работодателя, управлению внутрикорпоративной средой и коммуникационными потоками, позволяющих эффективно решать задачи бизнеса;
1.2	- Овладение базовыми представлениями внутренних коммуникаций и корпоративной среды, систему внутренних и внешних коммуникации;
1.3	- Овладение коммуникативной компетентностью;
1.4	- Анализировать и овладеть основами разработки коммуникационной стратегии организации;

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:		Б1.О
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Логика и теория аргументации	
2.1.2	Поведение потребителей	
2.1.3	Технологии в связях с общественностью	
2.1.4	Социология	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Управление персоналом	
2.2.2	Бухгалтерский учет и анализ	
2.2.3	Маркетинговые исследования	
2.2.4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.5	Преддипломная практика	

**3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ**

<b>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</b>	
<b>3.1 Знать</b>	Основные теоретические подходы, инструменты и каналы внутренних коммуникаций. Комплексная система обратной связи. Структуру, функции и важнейшие характеристики коммуникативного процесса внутри организации, виды, средства, формы и методы коммуникации. Особенности корпоративной культуры и маркетинговых технологии для формирования позитивного образа бренда. Особенности социального и информационного пространства в пределах коммуникационных кампаний и мероприятий.
<b>3.2 Уметь</b>	Разработка ключевых сообщений и матрицы коммуникационных каналов Новые технологии во внутреннем маркетинге и коммуникациях <ul style="list-style-type: none"> <li>• – Корпоративные социальные сети, мессенджеры, мобильные приложения и wiki. Социальная модель Интернета</li> <li>• – Новые технологии во внутреннем маркетинге и коммуникациях. Разработка цифровой стратегии внутренних коммуникаций</li> </ul> Оценивать эффективность системы интегрированных внутренних коммуникаций. Давать характеристику индикаторам результативности и влиянию на бизнес-показатели. Разрабатывать программу развития цифровых каналов. Создавать коммуникативные продукты в соответствии с требованиями ситуации общения и цели коммуникации в области связей с общественностью и рекламы.
<b>3.3 Владеть</b>	Навыками применения средств и методов выстраивания внутренних коммуникаций; навыками исследования содержания
<b>УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</b>	
<b>УК-2.1: Проводит анализ поставленной цели и определяет совокупность задач, обеспечивающих ее достижение</b>	
частично методику анализа поставленной цели и определения задач, обеспечивающих ее достижения	
в основном методику анализа поставленной цели и определения задач, обеспечивающих ее достижения	
свободно и уверенно методику анализа поставленной цели и определения задач, обеспечивающих ее достижения	
частично проводить анализ поставленной цели и определения задач, обеспечивающих ее достижения	
в основном проводить анализ поставленной цели и определения задач, обеспечивающих ее достижения	
свободно и уверенно проводить анализ поставленной цели и определения задач, обеспечивающих ее достижения	
частично методикой анализа поставленной цели и определения задач, обеспечивающих ее достижения	
в основном методикой анализа поставленной цели и определения задач, обеспечивающих ее достижения	
свободно методикой анализа поставленной цели и определения задач, обеспечивающих ее достижения	

<b>УК-2.2: Выбирает оптимальные способы, модели и принципы для принятия экономически обоснованных решений в условиях имеющихся ресурсов и ограничений</b>
частично оптимальные способы, модели и принципы для принятия экономически обоснованных решений в условиях имеющихся ресурсов и ограничений
в основном оптимальные способы, модели и принципы для принятия экономически обоснованных решений в условиях имеющихся ресурсов и ограничений
свободно и уверенно оптимальные способы, модели и принципы для принятия экономически обоснованных решений в условиях имеющихся ресурсов и ограничений
частично выбирать оптимальные способы, модели и принципы для принятия экономически обоснованных решений в условиях имеющихся ресурсов и ограничений
в основном выбирать оптимальные способы, модели и принципы для принятия экономически обоснованных решений в условиях имеющихся ресурсов и ограничений
свободно и уверенно выбирать оптимальные способы, модели и принципы для принятия экономически обоснованных решений в условиях имеющихся ресурсов и ограничений
частично владеть навыками выбора оптимальных способов, моделей и принципов для принятия экономически обоснованных решений в условиях имеющихся ресурсов и ограничений
в основном владеть навыками выбора оптимальных способов, моделей и принципов для принятия экономически обоснованных решений в условиях имеющихся ресурсов и ограничений
свободно и уверенно владеть навыками выбора оптимальных способов, моделей и принципов для принятия экономически обоснованных решений в условиях имеющихся ресурсов и ограничений
<b>УК-2.3: Применяет нормативно-правовую базу для решения поставленных задач</b>
частично нормативно-правовую базу для решения поставленных задач
в основном нормативно-правовую базу для решения поставленных задач
свободно и уверенно нормативно-правовую базу для решения поставленных задач
частично применять нормативно-правовую базу для решения поставленных задач
в основном применять нормативно-правовую базу для решения поставленных задач
свободно и уверенно применять нормативно-правовую базу для решения поставленных задач
частично навыками применения нормативно-правовой базой для решения поставленных задач
в основном навыками применения нормативно-правовой базой для решения поставленных задач
свободно и уверенно навыками применения нормативно-правовой базой для решения поставленных задач
<b>УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</b>
<b>УК-3.1: Использует способы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли в команде</b>
частично способы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли в команде
в основном способы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли в команде
свободно и уверенно способы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли в команде
частично использовать способы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли в команде
в основном использовать способы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли в команде
свободно и уверенно использовать способы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли в команде
частично навыками использования способов и норм социального взаимодействия для реализации своей роли в команде
в основном навыками использования способов и норм социального взаимодействия для реализации своей роли в команде
свободно и уверенно навыками использования способов и норм социального взаимодействия для реализации своей роли в команде
<b>УК-3.2: Применяет методы межличностной коммуникации, обеспечивающие взаимодействие в команде</b>
частично методы межличностной коммуникации, обеспечивающие взаимодействие в команде
в основном методы межличностной коммуникации, обеспечивающие взаимодействие в команде
свободно и уверенно методы межличностной коммуникации, обеспечивающие взаимодействие в команде
частично применять методы межличностной коммуникации, обеспечивающие взаимодействие в команде
в основном применять методы межличностной коммуникации, обеспечивающие взаимодействие в команде
свободно и уверенно применять методы межличностной коммуникации, обеспечивающие взаимодействие в команде
частично навыками применения методов межличностной коммуникации, обеспечивающие взаимодействие в команде
в основном навыками применения методов межличностной коммуникации, обеспечивающие взаимодействие в команде
свободно и уверенно навыками применения методов межличностной коммуникации, обеспечивающие взаимодействие в команде
<b>УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>
<b>УК-6.1: Определяет цели личного и профессионального развития, условия их достижения</b>

частично цели личностного и профессионального развития, условия их достижения
в основном цели личностного и профессионального развития, условия их достижения
свободно и уверенно цели личностного и профессионального развития, условия их достижения
частично определять цели личностного и профессионального развития, условия их достижения
в основном определять цели личностного и профессионального развития, условия их достижения
свободно и уверенно определять цели личностного и профессионального развития, условия их достижения
частично навыками определения целей личностного и профессионального развития, условия их достижения
в основном навыками определения целей личностного и профессионального развития, условия их достижения
свободно и уверенно навыками определения целей личностного и профессионального развития, условия их достижения
<b>УК-6.2: Использует инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития</b>
частично инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
в основном инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
свободно и уверенно инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
частично использовать инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
в основном использовать инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
свободно и уверенно использовать инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
частично навыками использования инструментов управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
в основном навыками использования инструментов управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
свободно и уверенно навыками использования инструментов управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Корпоративная культура и маркетинговые технологии для формирования позитивного образа работодателя</b>						
1.1	Культура организации как основа для внутренних коммуникаций /Тема/	4	0				
1.2	Миссия, видение и ценности как элементы официальной культуры организации. /Лек/	4	4	УК-2.1 УК-2.2 УК-3.1 УК-3.2	Л1.6 Л1.9Л2.5Л3.3		
1.3	Технологии формулирования миссии, видения и корпоративных ценностей. Управление по ценностям. /Пр/	4	2	УК-3.1 УК-3.2	Л1.8 Л1.11Л2.6		
1.4	Компетенции, необходимые для эффективного развития внутреннего маркетинга и коммуникаций. /Ср/	4	6	УК-6.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.1 Л1.2Л3.2		
1.5	Разработка целей и задач внутренних коммуникаций. /Тема/	4	0				
1.6	Методы внутренних исследований. Сегментация сотрудников и разработка ценностных профилей. /Лек/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.7Л2.1Л3.2		
1.7	Маркетинговые инструменты в HR (MarHR). /Пр/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.10 Л1.11Л2.6Л3.1		
1.8	Бренд работодателя на внутреннем рынке и на рынке труда. /Ср/	4	6	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.4 Л1.13Л2.7		
1.9	Сегментация целевых аудиторий. /Тема/	4	0				
1.10	Создание дифференцированного управляемого ценностного предложения работодателя (EVP). /Лек/	4	2	УК-2.2 УК-2.3	Л1.11 Л1.12Л2.4Л3.1		

1.11	Проведение внутреннего аудита системы внутренних коммуникаций. /Пр/	4	2	УК-6.1 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-3.1	Л1.8Л2.6		
1.12	Разработка бренда работодателя. /Ср/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.13Л2.7		
1.13	Оценка бренда работодателя на внутреннем рынке и на рынке труда. /Тема/	4	0				
1.14	Разработка модели HR-бренда. /Лек/	4	2	УК-6.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-3.2	Л1.2 Л1.4Л2.1		
1.15	Корпоративные программы признания. /Пр/	4	4	УК-2.1 УК-2.3 УК-3.1	Л1.12Л2.5		
1.16	Управление опытом сотрудника и роль внутренних коммуникаций в создании уникального опыта. /Ср/	4	6	УК-6.1 УК-2.2	Л1.2 Л1.9 Л1.12		
<b>Раздел 2. Стратегия и инструменты эффективных внутренних коммуникаций.</b>							
2.1	Внутренние коммуникации в период кризиса и проведения изменений. /Тема/	4	0				
2.2	Роль внутреннего маркетинга и коммуникаций в решении бизнес-задач компании. /Лек/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-3.2	Л1.10Л2.5Л3.3		
2.3	Инструменты и каналы внутренних коммуникаций. Комплексная система обратной связи. /Пр/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.3 Л1.6 Л1.8 Л1.11Л2.5		
2.4	Стратегическое управление корпоративными коммуникациями. /Ср/	4	6	УК-6.1 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.6 Л1.9 Л1.12Л2.1		
2.5	Система интерактивных коммуникаций как инструмент развития клиентоориентированности сотрудников. /Тема/	4	0				
2.6	Разработка ключевых сообщений и матрицы коммуникационных каналов. /Лек/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.6 Л1.9 Л1.12Л3.1		
2.7	Новые технологии во внутреннем маркетинге и коммуникациях. /Пр/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.11Л2.4Л3.2		
2.8	Корпоративные социальные сети, мессенджеры, мобильные приложения. Социальная модель Интернета. /Ср/	4	6	УК-6.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.5Л2.2 Л2.3		
2.9	Новые технологии во внутреннем маркетинге и коммуникациях. /Тема/	4	0				
2.10	Разработка цифровой стратегии внутренних коммуникаций. /Лек/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	Л1.3Л2.2 Л2.3		
2.11	Оценка эффективности системы интегрированных внутренних коммуникаций. /Пр/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-3.1	Л1.6 Л1.9		
2.12	Индикаторы результативности и влияние на бизнес-показатели. Разработка программы развития цифровых каналов. /Ср/	4	3,9	УК-6.1 УК-2.1 УК-2.2 УК-3.2	Л1.8 Л1.11Л2.5Л3.2		
2.13	/ИКР/	4	0,1				
2.14	/Зачёт/	4	4				

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Что входит в понятие "Внутрикорпоративные коммуникации"?

2. Раскройте сущность внутриорганизационного маркетинга.
3. Перечислите задачи внутрикорпоративных коммуникаций.
4. Раскройте сущность коммуникационных потоков по направлениям.
5. Перечислите состав каналов внутренних коммуникаций, коммуникативных средств и основные технологические средства обеспечения внутренних коммуникаций.
6. Перечислите критерии оценки эффективности системы внутренних коммуникаций.
7. Что включает понятие "внутрикоммуникационная стратегия"?
8. Перечислите принципы построения внутрикорпоративных коммуникаций.
9. Перечислите этапы алгоритма формирования стратегии внутренних коммуникаций.
10. Какие составляющие входят в схему организации внутрикорпоративного процесса?
11. Раскройте технологию построения внутрикорпоративных коммуникаций.
12. Что такое бренд работодателя, его назначение и ценность?
13. Какие средства продвижения рекомендуется использовать в качестве "посла бренда"?
14. Какова технология формирования HR- бренда?
15. В чем заключается оценка эффективности внутрикоммуникационного процесса?

### 5.2. Темы письменных работ

1. Новые технологии во внутреннем маркетинге и коммуникациях.
2. Корпоративные социальные сети, мессенджеры, мобильные приложения.
3. Социальная модель Интернета.
4. Индикаторы результативности и влияние на бизнес-показатели.
5. Геймификация и технологии управления поведением (разбор актуальных кейсов).
6. Роль внутреннего маркетинга и коммуникаций в решении бизнес-задач компании.
7. Внутренние коммуникации в период кризиса и проведения изменений.
8. Система интерактивных коммуникаций как инструмент развития клиент ориентированности сотрудников.
9. Внутренние коммуникации и бренд работодателя.
10. Бренд- коммуникация: технология построение.

### 5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине включает:

- 1) оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:
- устный и письменный опрос,
  - собеседование,
  - реферативное задание,

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Смирнов В. Н., Петухов Е. В.	Психология в деятельности сотрудников правоохранительных органов: учебное пособие	Москва: Юнити, 2015
Л1.2	Шуванов В. И.	Социальная психология управления: учебник	Москва: Юнити, 2015
Л1.3	Гущин А. Н.	Информационные технологии в управлении: учебное пособие	Екатеринбург: Уральская государственная архитектурно-художественная академия (УралГАХА), 2011
Л1.4	Годин А. М.	Брендинг: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2016
Л1.5	Гущин А. Н.	Информационные технологии в управлении: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2014
Л1.6	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник	Москва: Дашков и К°, 2018
Л1.7	Караванова Л. Ж.	Психология: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2020

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.8	Маслова Е. Л.	Менеджмент: учебник	Москва: Дашков и К°, 2020
Л1.9	Паршукова Г. Б.	Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017
Л1.10	Калужский М. Л.	Маркетинг: учебник	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021
Л1.11	Реброва Н. П., Лулева Е. А.	Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты: учебное пособие	Москва: Прометей, 2020
Л1.12	Пашковская Т. В., Агафонова Т. П.	Маркетинг: учебное пособие	Таганрог: Таганрогский государственный педагогический институт, 2011
Л1.13	Домнин, В. Н.	Брендинг : учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт, 2021

### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Гуревич П. С.	Психология: учебник	Москва: Юнити, 2015
Л2.2	Уткин В. Б., Балдин К. В.	Информационные системы и технологии в экономике: учебник	Москва: Юнити, 2015
Л2.3	Ищейнов В. Я.	Информационная безопасность и защита информации: теория и практика: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020
Л2.4	Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В.	Маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2020
Л2.5	Блинов А. О., Угрюмова Н. В.	Теория менеджмента: учебник	Москва: Дашков и К°, 2020
Л2.6	Иванова В. А.	Исследования в маркетинге и рекламе: учебное пособие	Москва: Дело, 2019
Л2.7	Артемьев, А. А., А. А. Артемьев, И. А. Лепехин, В. Н. Зайковский	Брендинг: значимость и эволюция развития	, 2020

### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Шарков Ф. И., Бузин В. Н.	Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник	Москва: Дашков и К°, 2018
Л3.2	Бубчикова Н. В., Чикова И. В.	Социальная психология: учебно-методическое пособие	Москва: ФЛИНТА, 2020
Л3.3	Баландина О. В., Вешкурова А. Б., Копылова Н. А., Локтюхина Н. В., Самраилова Е. К., Филимонова И. В., Шапиро С. А.	Менеджмент организации: учебник	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020

### 6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

#### 7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
47/2	47/2 учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский	Лек

	практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель: стол – 15 шт., стул – 30 шт., доска – 1 шт.,		район, ул. Сержантова, 2/104	
<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>					
<p>Обучение по дисциплине (модулю) предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические/семинарские) и самостоятельной работы студентов. Практические/семинарские занятия дисциплины могут проводиться в различных формах с целью оценки достижения компетенций.</p> <p>Подготовка к лекции студентами заключается в следующем:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- повторить материал предыдущей лекции, прочитав его повторно;</li> <li>- ознакомиться с темой предстоящей лекции (в рабочей программе учебной дисциплины);</li> <li>- ознакомиться с учебными материалами по данной теме в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины или с электронными материалами, предложенными лектором;</li> <li>- записать возможные вопросы, которые можно будет задать лектору.</li> </ul> <p>Подготовка к практическим (семинарским) занятиям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- внимательно прочитать материал лекций, относящихся и к данному занятию, ознакомиться с учебными материалами, включая электронные в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины;</li> <li>- подготовить развернутые ответы на вопросы, предложенные для обсуждения;</li> <li>- выполнить задания, если они предусмотрены в письменной форме;</li> <li>- понять, что осталось неясными и постараться получить на них ответ заранее;</li> <li>- готовиться к практическим/семинарским занятиям можно как индивидуально, так и в составе малой группы;</li> <li>- рабочую программу учебной дисциплины необходимо использовать в качестве основного ориентира в организации обучения;</li> </ul> <p>Подготовка к промежуточной аттестации. К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- программой дисциплины;</li> <li>- тематическими планами лекций, семинарских занятий;</li> <li>- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;</li> <li>- перечнем и тематикой письменных работ, а также методическими рекомендациями по их выполнению;</li> <li>- перечнем вопросов (вопросов к зачету).</li> </ul>					