

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Чувашский государственный аграрный университет"
(ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ)

Кафедра

Экономики, менеджмента и агроконсалтинга

Рег. № 2020/38.03.07/Б1.В.ДВ.02.01

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
научной работе



Л.М. Корнилова

31 августа 2020 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.ДВ.02.01

Мерчандайзинг потребительских товаров

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72

в том числе:

аудиторные занятия 8

самостоятельная работа 60

часов на контроль 4

Виды контроля на курсах:

зачеты 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):
к.э.н., Доц., Семенова А. Н.

Рабочая программа дисциплины
Мерчандайзинг потребительских товаров

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 ТОВАРОВЕДЕНИЕ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 04.12.2015 г. № 1429)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров

утвержденного учёным советом вуза от 20.05.2019 протокол № 11

утвержденного учёным советом вуза от 20.04.2020 протокол № 12

Рабочая программа дисциплины актуализирована на основании приказа от 14.07.2020 г. № 98-о и решения Ученого совета ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ (протокол № 18 от 28 августа 2020 г.) в связи с изменением наименования с федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Чувашская государственная сельскохозяйственная академия» (ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА) на федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Чувашский государственный аграрный университет» (ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ).

В рабочую программу дисциплины внесены соответствующие изменения: в преамбуле и по тексту слова «Чувашская государственная сельскохозяйственная академия» заменены словами «Чувашский государственный аграрный университет», слова «Чувашская ГСХА» заменены словами «Чувашский ГАУ», слово «Академия» заменено словом «Университет» в соответствующем падеже.

Рабочая программа одобрена на заседании выпускающей кафедры

Протокол от 31 августа 2020 г. № 1

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целью дисциплины является
1.2	изучение теоретических основ
1.3	мерчендайзинга, а также рассматривается формирование стратегий мерчендайзинга предприятия с учетом особенностей природной системы
1.4	поведения потребителей и посетителей торгового предприятия; правовых основ и морально-этических норм применения технологий мерчендайзинга;
1.5	методов продаж на основе технологий мерчендайзинга.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.ДВ.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Товароведение однородных групп продовольственных товаров
2.1.2	Организация торговли продовольственными товарами
2.1.3	Товароведение однородных групп продовольственных товаров
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Организация предпринимательской деятельности в аграрном секторе
2.2.2	Организация торговли продовольственными товарами
2.2.3	Организация торгово-технологических процессов в аграрном секторе
2.2.4	Основы торгово-технологических процессов в розничном звене
2.2.5	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.6	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.7	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.9	Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-14: способностью осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии, разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь	
Знать:	
	теоретические основы проведения контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке продовольственных товаров; правила и сроки хранения, транспортирования и реализации товаров; правила выкладки товаров в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии; методические подходы к разработке предложений по предупреждению и сокращению товарных потерь
Уметь:	
	проводить контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке продовольственных товаров
Владеть:	
	методическими подходами к разработке предложений по предупреждению и сокращению товарных потерь

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	-понятие, назначение, принципы, объекты и субъекты мерчендайзинга, методологию его применения на предприятиях;
3.1.2	-теоретические основы проведения контроля за соблюдением требований к упаковке и маркировке продовольственных товаров;
3.1.3	-правила и сроки хранения, транспортирования и реализации товаров;
3.1.4	-правила выкладки товаров в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии;
3.1.5	-методические подходы к разработке предложений по предупреждению и сокращению товарных потерь
3.1.6	
3.2	Уметь:

3.2.1	-создать конкурентное преимущество отдельных марок;
3.2.2	-эффективно представить товары на рынке;
3.2.3	-обеспечить покупателей необходимой информацией;
3.2.4	-сформировать приверженность к магазину к отдельным торговым маркам, увеличить число лояльных покупателей
3.2.5	и завоевать новых;
3.2.6	-привлечь внимание покупателя к товарам, обращать внимание на новые продукты и специальные предложения;
3.2.7	-закрепить в сознании покупателей отличительные черты марок;
3.2.8	-повысить уровень принятия решений покупателем непосредственно в точке продажи,
3.2.9	-анализировать поведение покупателей;
3.2.10	-увеличить время пребывания покупателя в магазине и число совершаемых им покупок.
3.3	Владеть:
3.3.1	идентификации ассортимента потребительских товаров;
3.3.2	систематизации ассортимента потребительских товаров;
3.3.3	кодирования и анализа ассортимента потребительских товаров

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Содержание тематики курса "Мерчандайзинг потребительских товаров"						
1.1	Тема 1. Основы мерчандайзинга /Лек/	4	1	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.2	Тема 1. Основы мерчандайзинга /Ср/	4	7	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.3	Тема 2. Мерчандайзинг производителя/поставщика /Пр/	4	1	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.4	Тема 2. Мерчандайзинг производителя/поставщика /Ср/	4	7	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.5	Тема3. Методы мерчандайзинга поставщика. /Ср/	4	7	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.6	Тема 4. Мерчандайзинг в розничной торговле. /Пр/	4	1	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.7	Тема 4. Мерчандайзинг в розничной торговле. /Ср/	4	6	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.8	Тема 5. Правила мерчандайзинга эффективного запаса /Пр/	4	1	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.9	Тема 5. Правила мерчандайзинга эффективного запаса /Ср/	4	7	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.10	Тема 6. Правила мерчандайзинга эффективного расположения /Лек/	4	1	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.11	Тема 6. Правила мерчандайзинга эффективного расположения /Ср/	4	7	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.12	Тема 7. Правила мерчандайзинга эффективной презентации /Лек/	4	1	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.13	Тема 7. Правила мерчандайзинга эффективной презентации /Ср/	4	6	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.14	Тема 8. Мерчандайзинг товарных групп /Лек/	4	1	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.15	Тема 8. Мерчандайзинг товарных групп /Ср/	4	6	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.16	Тема 9. Технологии построения эффективных коммуникаций в рознице /Пр/	4	1	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.17	Тема 9. Технологии построения эффективных коммуникаций в рознице /Ср/	4	7	ПК-14	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.18	Зачет /Зачёт/	4	4			0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Примерный перечень вопросов к зачету

Вопросы к зачету по курсу «Мерчандайзинг потребительских товаров»

1. Понятие и сущность мерчандайзинга.
2. Цели и задачи, объект и субъект мерчандайзинга.
3. Принципы мерчандайзинга.
4. Функции мерчандайзинга.
5. Методы мерчандайзинга.
6. Происхождение и эволюция мерчандайзинга.
7. Развитие мерчандайзинга на современном этапе.
8. Процесс принятия решения покупателем.
9. Психологические особенности человеческого восприятия.
10. Визуальный мерчандайзинг.
11. Виды организации мерчандайзинга в компании.
12. Функции отдела мерчандайзинга в компании.
13. Основные функции мерчандайзера в торговой точке.
14. Сущность и значение торговых каналов в мерчандайзинге.
15. Понятие и виды точек продажи.
16. Категорийный мерчандайзинг.
17. Понятие эффективности мерчандайзинга.
18. Показатели эффективности мерчандайзинга.
19. Запас как принцип эффективного мерчандайзинга.
20. Расположение в торговом зале как принцип эффективного мерчандайзинга.
21. Правила представления товара как принцип эффективного мерчандайзинга.
22. Атмосфера как фактор создания привлекательного образа магазина
23. Факторы, формирующие атмосферу магазина
24. Чувственные составляющие атмосферы магазина
25. Содержание и цели внутренней планировки.
26. Сегментация площади торгового зала и расчет основных коэффициентов эффективности внутренней планировки.
27. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон.
28. Подходы к распределению площади торгового зала: зональное расположение групп товаров
29. Характеристики движения покупателей по магазину.
30. Размещение площади подсобных помещений.
31. Виды торгово-технологического оборудования.
32. Оборудование для торгового зала: корзины, тележки, системы ограждения.
33. Влияние системы размещения оборудования на управление движением покупателей внутри магазина и вид планировки торгового зала.
34. Сущность выкладки и её разновидности.
35. Общие принципы и стандарты выкладки.
36. Изучение влияния принципов выкладки товаров на изменение объемов товарооборота.
37. Сущность, виды и формы сэмплинга, значение сэмплинга в розничной торговле.
38. Понятие, значение и виды POS-материалов.
39. Сущность товарной категории.
40. Формирование категорий: принцип совместного размещения.

5.2. Примерный перечень вопросов к экзамену

не предусмотрено учебным планом

5.3. Тематика курсовых работ (курсовых проектов)

не предусмотрено учебным планом

5.4. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Тематика докладов по курсу "Мерчандайзинг потребительских товаров"

1. Сегментация площадей торгового зала (описать технологию расчета коэффициентов установочной площади, экспозиции товара, площади под узлами расчета, площади для движения покупательских потоков)
2. Анализ «горячих» и «холодных» зон торгового зала (описать способы определения потокообразующих товаров (наиболее привлекательных для покупателей и пользующихся наибольшим спросом) и размещение этих товаров в торговом зале)
3. Управление движением покупательского потока (описать технологию создания «золотого треугольника», когда товарные группы, задают направление движения по торговому залу, чтобы покупатели обходили весь магазин)
4. Определение размера выкладки товара (определение их наилучшего месторасположения в торговом зале, с учетом особенностей презентации товаров, различного типа спроса и желательного/нежелательного соседства, а так же особенностей психологического представления покупателей о перемещении товара в пространстве)

5. Оптимальное размещение товаров на выставочной площади торгового зала (показать технологию учета условий выбора товаров, создание удобств покупателям, для принятия ими решения о покупке и ее совершении, в том числе комплексной покупки)

6. Методы размещения товаров (описать технологии размещения «сильный центр», «крепкие стены», «раскрутка лидера», простая сегментация; размещение импульсных (визуально привлекательных) товаров в зонах наибольшей проходимости покупательских потоков (у касс, в проходах) или для коррекции основного маршрута)

Тематика рефератов «Мерчандайзинг потребительских товаров»

1. Особенности выкладки продовольственных групп товаров.
2. Особенности выкладки непродовольственных групп товаров.
3. Определение оптимального размера выкладки товаров.
4. Современные тенденции технологического проектирования розничного магазина.
5. Особенности дизайна розничного магазина.
6. Значимость распределения торговых площадей.
7. Распределение площади торгового зала.
8. Специфика оформления витрин магазина.
9. Дизайн и оформление фасада магазина.
10. Важность вывески магазина.
11. Оформление территории около магазина как элемент мерчандайзинга.
12. Условия и генезис развития сэмплинга.
13. Сэмплинг в комплексе маркетинговых исследований товаров и рынка.
14. Задачи, связанные с проведением исследования применительно к сэмплингу.
15. Дегустация как разновидность сэмплинга.
16. Особенности развития сэмплинга в России.

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Синяева И. М.	Маркетинг в торговле: учебник для бакалавров	М.: Дашков и К, 2018	Электронный ресурс

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Алеева Г. В.	Анализ поведения потребителей: учебно-методический комплекс для студентов, обучающихся по направлению подготовки 080200.62 "Менеджмент", профиль подготовки: Маркетинг (классификация - бакалавр)	Чебоксары: ФГБОУ ВПО ЧГСХА, 2014	0
Л2.2	Панкратов Ф. Г.	Коммерческая деятельность: электронный ресурс	М.: Дашков и К, 2017	Электронный ресурс

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	OS Windows XP
6.3.1.2	SuperNovaReaderMagnifier
6.3.1.3	bCad Витрина
6.3.1.4	НашСад10.4
6.3.1.5	MapInfo
6.3.1.6	Access 2016
6.3.1.7	Project 2016
6.3.1.8	VisualStudio 2015
6.3.1.9	Office 2007 Suites
6.3.1.10	MozillaThunderbird
6.3.1.11	7-Zip
6.3.1.12	Справочная правовая система КонсультантПлюс

6.3.1.13	Электронный периодический справочник «Система Гарант»
6.3.1.14	LibreOffice
6.3.1.15	OfficeStandard 2013
6.3.1.16	OfficeStandard 2010
6.3.1.17	ОС Windows 7
6.3.1.18	ОС Windows 8
6.3.1.19	ОС Windows 10
6.3.1.20	Project Expert 7 Holding
6.3.1.21	OpenOffice 4.1.1
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	Электронная библиотечная система издательства «Лань». Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://e.lanbook.com
6.3.2.2	Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента»). Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://www.studentlibrary.ru
6.3.2.3	Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://znanium.com/
6.3.2.4	Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ www.biblio-online.ru). Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. https://www.biblio-online.ru/
6.3.2.5	Электронная система «Госфинансы». Полнотекстовая электронная система, постоянно пополняемая. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://www.gosfinansy.ru/
6.3.2.6	
6.3.2.7	Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ». Полнотекстовый, обновляемый. Доступ по локальной сети академии
6.3.2.8	Национальная электронная библиотека. Доступ посредством использования сети «Интернет» на 32 терминала доступа. https://нэб.рф/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Вид работ	Назначение	Оснащенность
35а	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (30 шт.), стулья (60 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска аудиторная (1 шт.), трибуна (1 шт.), демонстрационное оборудование (белая лаковая магнитно-маркерная доска (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.), ноутбук Acer (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
45а	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (6 шт.), стулья (18 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), стол компьютерный (10 шт.), стулья (10 шт.), демонстрационное оборудование (компьютер Intel G32603 3 GHz 3 M (10 шт.), полотно рулонное (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
57а	Лек	Учебная аудитория	Стол преподавателя (2 шт.), парта 3-х местная со скамейкой (6 шт.), парта 4-х местная со скамейкой (6 шт.), столы ученические (4 шт.), стулья (8 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), трибуна (1 шт.), демонстрационное оборудование (проекционный экран LUMIEN (1 шт.), проектор Acer (1 шт.), моноблок Acer (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия

37а	Пр	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (12 шт.), стулья (24 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.)
66а	Пр	Учебная аудитория	Стол преподавателя (1 шт.), столы (16 шт.), стулья (30 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), трибуна (1 шт.)
236	СР	Помещение для самостоятельной работы	Демонстрационная техника (интерактивная доска Hitachi Starboard FX-63 D (1 шт.), ноутбук Acer Asp T2370 (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.)), стол полированный (3 шт.), стол ученический (7 шт.), стол компьютерный (11 шт.), стул (20 шт.), стулья, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (10 шт.)
123	СР	Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (19 шт.), столы (17 шт.), компьютерный стол 6-и местный (3 шт.), стулья ученические (34 шт.), стулья п/м (18 шт.), стеллажи с литературой, видеувеличитель Optelec Wide Screen (1 шт.)

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

1. Методические указания по освоению дисциплины для студентов заочной формы обучения

Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями, поэтому методика изучения курса предусматривает наряду с лекциями и лабораторными занятиями, организацию самостоятельной работы студентов, проведение консультаций, руководство докладами студентов для выступления на научно-практических конференциях, осуществление текущего, промежуточного и итогового форм контроля. Учебный процесс для студентов заочной формы обучения строится иначе, чем для студентов-очников. В связи с уменьшением количества аудиторных занятий (в соответствии с рабочими учебными планами) доля самостоятельной работы значительно увеличивается. Преподаватель в процессе аудиторных занятий освещает основные ключевые темы дисциплины и обращает внимание студентов на то, что они должны вспомнить из ранее полученных знаний.

Студенты, изучающие дисциплину «Мерчандайзинг потребительских товаров», должны обладать навыками работы с учебной литературой и другими информационными источниками (статистическими сборниками, материалами экономических исследований, статьями из периодических изданий, научными работами, опубликованными в специальных изданиях и т.п.) в том числе, интернет-сайтами, а также владеть основными методами, техникой и технологией сбора и обработки информации.

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

Методические указания к самостоятельной работе студентов). Методические указания включают в себя задания самостоятельной работы для закрепления и систематизации знаний, задания самостоятельной работы для формирования умений и задания для самостоятельного контроля знаний.

Задания для закрепления и систематизации знаний включают в себя перечень тем докладов и рефератов, а также рекомендации по подготовке реферата и доклада.

Задания для формирования умений содержат ситуационные задачи по курсу.

Задания для самостоятельного контроля знаний позволят закрепить пройденный материал и сформировать навыки формулирования кратких ответов на поставленные вопросы. Задания включают вопросы для самоконтроля и тесты для оценки уровня освоения материала теоретического курса. Для

удобства работы с материалом, все задания разбиты по темам дисциплины.

Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Следует иметь в виду, что учебник или учебное пособие имеет свою логику построения: одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. При изучении любой темы рабочей программы следует постоянно отмечать, какие вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником должна быть ясность в том, какие темы, вопросы программы учебного курса вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам. В случае возникших затруднений в понимании учебного материала следует обратиться к другим источникам, где изложение может оказаться более доступным.

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

Современные средства связи позволяют строить взаимоотношения с преподавателем и во время самостоятельной работы с помощью интернет-видео-связи, а не только во время аудиторных занятий и консультаций. Для продуктивного общения студенту необходимо владеть навыками логичного, последовательного и понятного изложения своего вопроса. Желательно, чтобы студент заранее написал электронное письмо, в котором перечислил интересующие его вопросы или вопросы, изучение которых представляется ему затруднительным. Это даст возможность преподавателю оперативно ответить студенту по интернет-связи и более качественно подготовиться к последующим занятиям.

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

ПРИЛОЖЕНИЯ