

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению Реклама и СО



Институт: \_\_\_\_\_ **Медиа, Рекламы и Кино** \_\_\_\_\_  
*Название института*

Кафедра: \_\_\_\_\_ **Креативных индустрий** \_\_\_\_\_  
*Название кафедры*

Автор(ы): \_\_\_\_\_ **к.э.н. Товмсян Л. Г.** \_\_\_\_\_  
*степень, Ф.И.О*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Дисциплина:** Б1.О.11 Основы менеджмента

Для бакалавриата:

**Направление:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль:** Реклама и связи с общественностью

**ЕРЕВАН**

## **1. Паспорт дисциплины:**

Индекс дисциплины: Б1.О.11

Наименование и код специальности подготовки 42.03.01- «Реклама и СО»

Год обучения: 4

Форма обучения: очная

Семестр: 6

Общее кол-во часов на дисциплину 144

Аудиторное кол-во часов на дисциплину 72, из них лекции – 36 часа, семинары – 36 часа и 72 часа самостоятельной работы.

## **2. Аннотация**

Дисциплина «Основы менеджмент» является базовой при дальнейшем изучении цикла управленческих дисциплин. Основными целями курса является формирование научных представлений о предмете через систематическое изложение основных понятий, процессов и закономерностей теории и практики менеджмента. В рамках курса кратко рассматривается история становления менеджмента как науки, изучаются основные категории. Дается представление о структуре организации и процессе управления, о проблематике постановки цели и методах принятия оптимального решения по ее реализации. Важное место уделяется характеристике основных функций управления и комплексному применению принципов управления при реализации общих и частных целей.

Курс в основном базируется на понимании классических и теоретических особенностей и правил в области управления.

### **2.1. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Изучение данной дисциплины неотрывно связано с таким комплексом модулей в структуре ООП бакалавриата как: “Экономика”, “История”, “Социология”, “Психология”, “Маркетинг” и “Реклама”.

### **2.2. Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины (что должен знать, уметь и владеть студент для прохождения данной дисциплины)**

**знать:**

основы управленческой организационной и маркетинговой деятельности;

**уметь:**

использовать приемы и методы научно-исследовательского анализа и ситуационного менеджмента, самостоятельно формулировать миссию предприятия и ставить обоснованные стратегические и тактические цели;

**владеть:**

научным представлением об управлении, имеющим конкретное практическое содержание.

### **3. Содержание**

#### **3.1. Цели и задачи дисциплины**

Цель освоения дисциплины Основы менеджмента - показать единство теории и практики при изучении курса, связь с другими дисциплинами, необходимость изучения мирового опыта менеджмента и его применения в современных организациях, в том числе в сфере рекламы, связей с общественностью и менеджменте рекламных структур, овладеть методиками. Научится проводить исследования социально-экономических отношений и их развития, взаимосвязи, исторического опыта и логического подходов при изучении этих отношений, не только с точки зрения теории но и практики управления. Основными задачами, достигаемыми при изучении дисциплины являются:

- исследование социально-экономических отношений в их развитии и взаимосвязи, исторического и логического подходов при изучении этих отношений;
- развитие стратегического мышления, видения сложившихся ситуаций на макро- и микроуровне по отношению к объекту управления, понимание необходимых в этой связи мер;
- знание основных подходов и инструментов в области менеджмента, умение провести анализ и сделать обоснованные выводы по значимым проблемам и процессам управления, умение использовать методы управления в различных ситуациях, связанных с профессиональной деятельностью;
- понимание ценности научного управления как наиболее точного и адекватного быстрым изменениям внешней среды, подхода к управлению;
- способность ставить основные цели, задачи объектов управления, достигать желаемых результатов через обоснованное применение различных инструментов и процедур планирования, организации, мотивации и контроля.

#### **3.2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины (какие компетенции (знания, умения и навыки) должны быть сформированы у студента ПОСЛЕ прохождения данной дисциплины)**

После прохождения дисциплины студент должен владеть следующими компетенциями:

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК - 4)
- владение пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16)
- знание истории и основных теорий менеджмента, владение основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знание основных бизнес процессов (ПК-17)
- способность реализовать проекты и владение методами их реализации (ПК-25)

#### **3.3. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)**

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 144; Кредиты – 4;  
Курс рассчитан на 2 семестра. Форма контроля – экзамен.

#### **4. Содержание разделов и тем дисциплины**

##### **Раздел 1. Введение в менеджмент**

Тема 1.1. Сущность , содержание, основные принципы и функции; инфраструктура, социофакторы и этика менеджмента.

Тема 1.2. Интеграционные процессы в менеджменте; моделирование ситуаций и процесс принятия решений; природа и состав функций менеджмента; стратегические и тактические планы.

Тема 1.3. Организационные отношения в системе менеджмента; формы организации; мотивация деятельности; регулирование и контроль в системе управления; динамика групп и лидерство.

Тема 1.4. Руководство: власть и партнерство; стиль менеджмента; конфликтность; факторы эффективности.

Тема 1.5. Образование и деятельность фирм. Процесс принятия управленческого решения. Информационное обеспечение менеджмента.

##### **Раздел 2. Инфраструктура менеджмента**

Тема 2.1. Теория организации и управление персоналом. Организация и социальная среда, соотношение прагматических целей организации и проблем социума.

Тема 2.2. Изучение общественного мнения социума как цель социального управления и средство гармонизации отношений.

Тема 2.3. Связи с общественностью как способ гармонизации отношений организации и социума; престиж как элемент функционирования организации в обществе; мероприятия для поддержания и корректировки престижа.

Тема 2.4. Моделирование ситуаций и принятие решений. Типология управленческих решений и требования к ним. Причины использования ситуационных моделей при выработке решений. Состав и последовательность этапов процесса принятия управленческих решений.

Тема 2.5. Моделирование социально-экономических ситуаций. Построение модели и ее обновление. Проверка моделей на достоверность. Имитационное моделирование. Подходы к принятию решений. Основные методы подготовки и оптимизации управленческих решений. Методы группового решения.

##### **Раздел 3. Процесс управления и его функции**

Тема 3.1. Организация как система; типы организационных структур; взаимодействие членов организации.

Тема 3.2. Организация как специфическая форма общения; связи с общественностью как элемент самоорганизации системы; разработка цели и стратегии управления; стратегический менеджмент.

Тема 3.3. Роль общественного мнения в современном менеджменте. связи с общественностью как процесс; связи с общественностью в государственных организациях, в промышленном и

коммерческих секторах; формы работы с политическими и общественными структурами; лоббизм.

Тема 3.4. Формы организации системы менеджмента. Организационная структура управления фирмой, элементы и принципы формирования. Линейная структура органов управления: её достоинства и недостатки. Линейно-штабная структура органов управления: преимущества и проблемы. Линейно-функциональная структура. Проектная и матричная структуры и их специфика. Дивизиональная структура органов управления и ее особенности. Анализ соотношения централизации и децентрализации в структуре органов управления фирмы.

Тема 3.5. Мотивация деятельности в менеджменте. Сущность, понятия и методы мотивации. Основные теории мотивации. Мотивация персонала с позиции содержательных теорий. Процессуальные теории мотивации. Система мотивации персонала в организации: элементы материального и нематериального стимулирования; удовлетворение потребностей в общении, в принадлежности, признании и уважении. Учет потребности персонала в самовыражении.

#### **Раздел 4. Групповая динамика, руководство и лидерство в системе менеджмента**

Тема 4.1. Корпоративная культура; имидж организации; нововведения в организациях; модели управления персоналом.

Тема 4.2. Работа с персоналом в кризисных ситуациях; разрешение конфликтов в рабочих коллективах. Конфликтность в менеджменте. Сущность, природа и этапы конфликтов в организации. Основные причины конфликтов в организациях. Модель конфликта как процесса. Функциональные и дисфункциональные последствия конфликта. Управление конфликтной ситуацией. Стили и способы разрешения конфликтов в организации.

Тема 4.3. Различные модели участия работников в процессе оптимизации труда. Руководство: власть и партнерство. Сущность власти в управлении. Формы власти и влияния в организации. Модель влияния руководителя на подчиненного. Страх и влияние. Положительное подкрепление. Влияние через веру. Убеждение и внушение, их возможности. Формы партнерства в управлении. Формирование коллегиальности и партнерства в руководстве. Факторы эффективного партнерства.

Тема 4.4. Связи с общественностью как взаимодействие социально-психологических и административных факторов в процессе управления; связи с общественностью и вертикальная гармонизация отношений. Динамика групп. Управление человеком и управление группой. Группы и их значимость в организации. Формирование групп в организации и их особенности. Принадлежность к группе. Помощь и защита. Общение: симпатии и антипатии. Социальный контроль. Сопrotивление изменениям. Неформальные группы в организации. Неформальные лидеры. Состав неформальных групп и групповые нормы. Сплоченность и конфликтность. Статус членов группы и их роли. Управление человеком в системе формальных и неформальных групп в организации.

Тема 4.5. Лидерство в системе менеджмента. Стил ь менеджмента и имидж менеджера. Природа лидерства в управлении. Лидерство и менеджмент. Традиционные концепции лидерства: лидерские качества, лидерское поведение. Концепция ситуационного лидерства. Стил ь руководства и его виды. Личность руководителя и стили руководства. Имидж и имиджирование в менеджменте. Оценка руководителя различными субъектами организации. Экспертная оценка эффективности стилия руководства менеджера.

#### **Раздел 5. Истории менеджмента и ее уроки.**

## **Эффективность менеджмента**

Тема 5.1. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах. Природа управления и исторические тенденции его развития. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Этапы и школы в истории менеджмента.

Тема 5.2. Социокультурный пласт существования организации в международном контексте. Разнообразие моделей менеджмента: американский, японский, европейский и др. Влияние национально-исторических факторов на развитие менеджмента. Разнообразие моделей менеджмента. Особенности формирования менеджмента в различных странах. Характеристика американской модели менеджмента. Особенности японской модели менеджмента. Особенности европейской и др. моделей менеджмента. Влияние национальных и исторических факторов на формирование менеджмента.

Тема 5.3. Социокультурные различия в международных моделях менеджмента. Эволюция управленческой мысли. Школа научного управления: содержание и основные положения. Формирование классической (административной) школы в управлении. Возникновение и развитие школы психологии и человеческих отношений. Становление и развитие школы науки управления (количественной школы).

Тема 5.4. Связи с общественностью в развитии международных связей учреждения. Развитие управления в России. Перспективы отечественного менеджмента. Развитие менеджмента в России. Развитие теории и практики управления в СССР и России. Перспективы российского менеджмента.

Тема 5.5. Факторы эффективности менеджмента. Сущность эффективности социально-экономической организации. Факторы эффективности работы организации. Критерии и признаки эффективного менеджмента. Модели эффективности менеджмента организации и их применение в различных условиях. Пути повышения эффективности менеджмента организации. Внутренняя эффективность менеджмента организации. Рост темпов собственного капитала и эффективное управление. Повышение индивидуальной производительности труда. Координация управления персоналом и управления организационно-техническими средствами. Управление ресурсами и эффективность организации.

### **4.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекции проводятся с применением слайдовых презентаций в формате PowerPoint, которые сопровождают изложение теоретического материала.

## **5. Теоретический блок**

### **5.1. Материалы по теоретической части курса**

#### **Основная литература**

1. Бацион Н. В. Менеджмент в рекламе. учеб. пособие: Допущено УМО по образованию в области коммерции в качестве учеб. пособия для студентов вузов, обучающихся по спец. 032401 - Реклама. Н. В. Бацион. Иркут. гос. техн. ун-т. М.. ИНФРА-М. РИОР. 2010. 174 с.
2. Веснин В. Р. Основы менеджмента. [Учебник]. В. Р. Веснин. М.. Проспект. 2011. 306 с
3. Исаев Р.А. Основы менеджмента. учебник для студентов экон. вузов. Р. А. Исаев. М.. Дашков и К'. 2011. 263 с.
4. Кнорринг В.И. Теория, практика и искусство управления. учебник для вузов. В. И. Кнорринг. 3-е изд., изм. и доп.. М.. НОРМА. 2009. 527 с

5. Лялин А.М. Теория менеджмента. учебник. к 90-летию Гос. ун-та упр. [стандарт 3-го поколения]. под ред. А. М. Лялина. СПб.. Питер. 2009. 464 с. ил.
6. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Вып.15. –М.2011, с.967  
маркетинг Санкт- Петербург,Вектор,2006 г.

#### **б) Дополнительная литература**

1. Адизес, Ицхак К. Управление жизненным циклом корпорации. –Санкт-Петербург, Изд.: Питер, 2010
2. Анискин Ю.П. Планирование и контроллинг. – М.: Омега-Л, 2010, 370
3. Анташов В., Уварова Г. Экономический советник менеджера.
4. Беккер Й., Вилков Л., Таратухин В., Кугелер М., Роземанн М. Менеджмент процессов. –М.: Эксмо, 2008.
5. Брайан Трейси. Достижение максимума. Стратегии и навыки, которые разбудят ваши скрытые силы и помогут вам достичь успеха. –М., Издательство: SmartBook , 2008.
6. Боброва Е.А., Юлдашева О.У., Окольников И.Ю. Проблемы формирования и развития конкурентоспособности бренда в условиях экономики впечатлений. Вестник Удмуртского университета. 2011. № 2-1. С. 74-85.
7. Бобылева М. П. Рекламный менеджмент на предприятии: основы профессиональной деятельности (CD-ROM) Изд.: Термика, 2011 г.
8. Бойетт Дж.Г., Бойетт Дж.Т. Путеводитель по царству мудрости: Лучшие идеи крупнейших предпринимателей. –М.,Издательство: Олимп-Бизнес , 2011.
9. Вертакова Ю. В., Симоненко Е. С. Управление инновациями: теория и практика.-М.: Эксмо-Пресс, 2008
10. Герасичев В., Синякин О. Дрим Тим. Как создать команду мечты.М.,-Изд.: Гаятри, 2008, 347с.
11. Гританс Я. М. Организационное проектирование и реструктуризация (реинжиниринг) предприятий и холдингов.-М., Издательство: Клувер,2008,
12. Гринспен Алан, Колризер Джордж, Клотер Рапай, Друкер Питер. Главные книги о бизнесе (комплект из 5 книг). Серия: Сколково. Изд.: Альпина Бизнес Букс, Юнайтед Пресс, 2010 г. 1664 стр.
13. Дедов О. А. Методология контроллинга и практика управления крупным промышленным предприятием. –М.: Омега-Л, 2008
14. Домокурова М.О., Каракуц Д.А. Внедрение и применение бенчмакинга на предприятии. Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. 2010. № 156. С. 86-90.
15. Де-Марко, Том DEADLINE. Роман об управлении проектами. –М., Изд.:Вершина, 2010, с. 285.
16. Егорычев Д.Н., Лукичева Л.И. Управленческие решения. –М.: Омега-Л, 2008, с. 500
17. Кеннеди Г. Договориться можно обо всем! Как добиваться максимума в любых переговорах Everything is Negotiable! How to Get the Best Deal Every Time. Изд.: Альпина Паблишерз, 2011 г. 414 стр.
18. Клайнфилд Сонни, Якокка Ли. Карьера менеджера: послесловие. –М.:Попурри, 2011, с. 915.
19. Коверт Д., Саттерстен Т. 100 лучших бизнес-книг всех времен. О чем они и почему их следует прочитать The 100 Best Business Books of All Time: What They Say, Why Matter and How They Can Help You. Изд.: Альпина Паблишерз, 2011 г., 374 стр.
20. Круглова Н. Ю., Круглов М. И. Стратегический менеджмент. Серия: Основы наук. Социально-экономические. Изд.: Высшее образование., М., 2008, с. 496.
21. Коллинз Дж. От хорошего к великому., Серии: Свой бизнес: Истории успеха. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, М., 2009 г., , с.318.

22. Король А.Н. Брендинг в системе маркетинговых коммуникаций. Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2006. № 2. С. 91-114. 0
23. Кеворков В., Кеворков Д. Управление отношениями с ключевыми клиентами как конкурентное преимущество на рынке В-2-В. Индустриальный и b2b маркетинг. 2010. № 2. С. 98-115.
24. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. –С.-Петербург: Питер, 2008, 600с.
25. Ламбен Ж.-Ж., Р. Чумпитас, И. Шулинг. Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд.-С.-Петербург, Изд.: Питер, 2008.
26. Ладонина Л. Книга руководителя интернет-проекта. Готовые маркетинговые решения. –С.-Петербург, Издательство: Питер, 2008.
27. Ларичев О. И. Теория и методы принятия решений. .Хроника событий в «Волшебных странах». Учебник - 3 изд. –М.:Вершина, 2008.
28. Лукьянова А.Е., Похилько С.Л. Оценка влияния ценности интеллектуального капитала на стоимость коммерческих банков. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: Менеджмент. 2010. № 1. С. 27-60
29. Ли Якокка Карьера менеджера Iасосса: An Autobiography Издательство: Попурри, 2011 г. Твердый переплет, 560 стр.
30. Макаров В.М. Попова Г.В. Менеджмент: Для бакалавров. Стандарт третьего поколения Изд.: Питер, 2011 год, серия Учебное пособие, 256 стр.
31. Меррилл Р., Меррилл Р., Кови С. Главное внимание - главным вещам.-М.-Изд.: Букс, 2008
32. Марченко И.С. Процессные подход как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий розничной торговли. Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). 2009.№ 10. С. 98-103.
33. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Всеобщая история менеджмента, Издательство: Элима, М., 2011 г., с.888.
34. Майстер Д. Управление фирмой, оказывающей профессиональные услуги Managing the Professional Service Firm Изд.: Манн, Иванов и Фербер, 2010 г., 368 стр.
35. Осетрова Н.В., Сурикова О.А. Тренинг развития управленческих навыков. –М.: Вершина, 2008, с.365
36. Оуэн Дж. Как оказывать влияние. Новый стиль управления. How to Influence. The Art of Making Things Happen. Серия: Практические навыки для бизнеса Изд.: Претекст, 2011 г., 280 стр.
37. Сысоева С., Бузукова Е. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент (+ CD-ROM) Изд.: Питер, СПб, Россия. Тематика: Другие виды менеджмента. 2010 г.
38. Ткаченко Д. Как провести тренинг продаж: пошаговое руководство.-М., Издательство: Вершина , 2009, с. 319.
39. Чернов И. В. Продажи. Руководство для эффективного менеджера Серия: Management Pro Изд.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2010 г.144 стр.
40. Щур-Труханович Л. В. Правила ведения личных карточек работников и государственных (муниципальных) служащих. –М.: Финпресс, 2008.
41. Шепель В.М. «Информационны кейс» руководителя. Экономика и предпринимательство. 2010. № 5. С. 63-80.

## **6. Материалы по оценке и контролю знаний**



## **6.1. Перечень зачетных и экзаменационных вопросов**

1. Закономерности управления социально-экономическими системами
2. Современная система взглядов на управление
3. Модели организаций как объектов менеджмента: закрытые и открытые системы.
4. Новые организационные формы в структуре экономики России
5. Природа, предмет и методы менеджмента
6. Современные концепции менеджмента
7. Ситуационное управление в современном менеджменте.
8. Внутренняя среда организации
9. Специализация и сфера контроля в организации
10. Внутренние ограничения функционирования организации
11. Внешняя среда организации
12. Основные характеристики косвенных и прямых воздействий внешней среды организации.
13. Завоевание фирмой общественного доверия
14. Организационная культура предприятия
15. Типы организационных культур и их особенности
16. Цели, виды организационных полномочий и их делегирование в менеджменте
17. Эффективность делегирования полномочий и ответственности в фирме.
18. Интеграционные процессы в современной фирме
19. Основные направления интеграции в фирме и трудности ее обеспечения
20. Типология управленческих решений и требования к ним
21. Состав и последовательность этапов процесса принятия управленческих решений
22. Моделирование социально-экономических процессов как условие принятия решений
23. Методы группового решения проблем
24. Систематизация функций менеджмента
25. Характеристика функций менеджмента организации (на конкретном примере).
26. Целевое управление и его этапы
27. Задачи, принципы и этапы планирования
28. Сценарий стратегического планирования и его этапы
29. Стратегическое планирование деятельности фирмы
30. Типы текущих планов организации
31. Система показателей, используемая в тактическом планировании
32. Линейная структура органов управления достоинства и недостатки
33. Линейно-штабная структура органов управления и ее особенности.
34. Функциональная структура органов управления преимущества и проблемы.
35. Линейно-функциональная структура и ее характеристики
36. Проектная и матричная структуры и их специфика
37. Дивизиональная структура органов управления и ее особенности
38. Сущность, понятия и методы мотивации работников в фирме
39. Мотивация персонала в организации и стимулирование труда работников.
40. Система мотивации персонала с позиции содержательных теорий.
41. Процессуальные теории мотивации персонала на предприятии
42. Виды и формы контроля и регулирования в организации
43. Организация основных видов контрольной деятельности в фирме.
44. Формальные группы в организации и их особенности
45. Принадлежность работника к группе и проблема сопротивления переменам в организации.
46. Неформальные группы в организации и их характеристика
47. Управление неформальными группами в фирме
48. Модель влияния руководителя на подчиненного
49. Формы коллегиальности и партнерства в управлении

50. Традиционные концепции лидерства в менеджменте
51. Концепция ситуационного лидерства и стиль руководства.
52. Личность руководителя и стиль руководства
53. Основные причины конфликтов в организации
54. Стиль и способы разрешения конфликтов в организации.
55. Критерии и признаки эффективного менеджмента организации.
56. Модели эффективного менеджмента организации.
57. Пути повышения эффективности менеджмента предприятия.
58. Рациональная модель принятия решения.
59. Организационная модель решения.
60. Психологическая модель принятия решений в условиях рыночных рисков.
61. Модель успешного проведения организационных изменений в фирме.
62. Преодоление сопротивления персонала фирмы организационным изменениям.
63. Координация работ по выполнению производственной программы предприятия.
64. Какое влияние оказала школа научного управления на формирование современного менеджмента?
65. В чем суть и значение системного анализа?
66. Опишите основные этапы развития менеджмента.
67. Сформулируйте современный взгляд на классификацию подходов и
68. школ менеджмента
69. В чем отличие европейской модели менеджмента от американской и японской?
70. Сформулируйте основные направления развития российского менеджмента.
71. Изложите основные направления развития менеджмента в России и перспективы отечественного менеджмента.

#### **4. Методический блок**

##### **4.2. Методика преподавания, обоснование выбора данной методики**

Преподавание учебной дисциплины «Основы менеджмента» строится на сочетании лекций, семинарских, а также самостоятельной работы студентов.

На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы содержания дисциплины. Лекции проводятся в интерактивной форме с участием студентов в обсуждении, обеспечением «обратной связи» между преподавателем и студентами.

##### **4.3. Методические рекомендации для студентов**

Рабочей программой дисциплины «Основы менеджмента» предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 108 часов в год. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- изучение и усвоение лекционного материала,
- подготовку к контрольным работам и тестам,
- изучение дополнительной литературы по разделам, указанным лектором,
- подготовку к практическим занятиям,
- работу с Интернет-ресурсами,
- подготовку к зачету.

Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников. При самостоятельной работе следует прочитать рекомендованную литературу и при необходимости составить краткий конспект основных положений, терминов, сведений, требующих запоминания и являющихся основополагающими в этой теме и для освоения последующих разделов курса. Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы.

