



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»  
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании  
Учёного совета ИМЭС  
(протокол от 26 марта 2026 г. № 7)

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова  
26 марта 2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

по направлению подготовки  
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)  
«Управление в сфере коммерческой деятельности»

*Приложение 4*  
*к основной профессиональной образовательной программе*  
*по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело,*  
*направленность (профиль) «Управление в сфере коммерческой деятельности»*

Рабочая программа дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление в сфере коммерческой деятельности» и предназначена для обучающихся очной и очно-заочной форм обучения.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
5. Содержание дисциплины.....	6
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы и текущего контроля обучающихся по дисциплине .....	8
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации .	9
8.1. Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой.....	9
8.3. Типовые задания для оценки умений .....	10
8.4. Типовые задания для оценки навыков .....	11
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....	12
9.1. Основная литература.....	12
9.2. Дополнительная литература.....	12
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	13
11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.....	13
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	16

## 1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** «Введение в профессиональную деятельность» - формирование у обучающихся первоначального представления о профессиональной деятельности в сфере торговли, базовых понятиях конкурентной среды и ценообразования.

### **Задачи дисциплины:**

- раскрыть сущность и базовые характеристики конкурентной среды в сфере коммерческой деятельности;
- сформировать представление о факторах, определяющих уровень цен на товары и услуги;
- развить первичные навыки работы с рыночной информацией и наблюдения за деятельностью субъектов рынка;
- сформировать понимание этических и правовых основ профессиональной деятельности в коммерции.

## 2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Введение в профессиональную деятельность» входит в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление в сфере коммерческой деятельности».

## 3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, всего – 108 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	
	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
<b>Контактная работа с преподавателем (всего)</b>	<b>28</b>	<b>8</b>
В том числе:		
Занятия лекционного типа	14	6
Занятия семинарского типа, в том числе:	14	2
Семинары	10	-
Практические занятия в форме практической подготовки	4	2
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>80</b>	<b>100</b>
Форма контроля	Зачет с оценкой	
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>108</b>	

**4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<b>Код и наименование компетенции(ий) выпускника</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<p><b>ПК-1</b> Способен проводить анализ конкурентной среды и факторов ценообразования</p>	<p>ИПК 1.1 Анализирует конкурентную среду на соответствующих рынках товаров, работ и услуг ИПК 1.2 Анализирует внешние и внутренние условия, определяющие уровень цен на товары и услуги</p>	<p><b>Знать:</b> основы коммерческой деятельности. <b>Уметь:</b> работать с рыночной информацией. <b>Владеть:</b> навыками анализа конкурентной среды и факторов ценообразования.</p>

## 5. Содержание дисциплины

### Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1. Правовые и этические основы профессиональной деятельности в коммерции	Коммерческая деятельность как объект профессионального изучения. Профессиональные стандарты в сфере коммерческой деятельности. Правовые основы работы с рыночной информацией. Этические нормы профессионального взаимодействия в коммерции
Тема 2. Теоретические основы конкурентной среды в сфере торговли	Понятие и структура конкурентной среды в торговле. Классификация субъектов конкурентного взаимодействия. Сегментация рынка товаров и услуг: базовые принципы. Методы идентификации и описания конкурентов. Инструменты визуального анализа торговой среды. Характеристика конкурентной среды локального рынка. Взаимосвязь конкурентной среды и механизмов ценообразования.
Тема 3. Базовые принципы ценообразования в коммерческой деятельности	Экономическая сущность категории «цена» и её функции. Принципы формирования ценовой стратегии торговой организации. Факторы формирования уровня цен: обзорная характеристика. Влияние рыночных условий на ценовую политику организаций. Внутренние детерминанты ценообразования в торговой организации. Инструменты ценового стимулирования спроса: скидки и акции. Поведенческие аспекты восприятия цены потребителем. Государственное регулирование цен: сферы применения и механизмы. Цифровые инструменты мониторинга ценовой информации.

**6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**Очная форма обучения**

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Практич. занятия в форме практич. подготовки		
1.	Правовые и этические основы профессиональной деятельности в коммерции	6	6	-	24	36
2.	Теоретические основы конкурентной среды в сфере торговли	4	2	2	28	36
3.	Базовые принципы ценообразования в коммерческой деятельности	4	2	2	28	36
<b>Итого:</b>		<b>14</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>80</b>	<b>108</b>

**Очно-заочная форма обучения**

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Практич. занятия в форме практич. подготовки		
1.	Правовые и этические основы профессиональной деятельности в коммерции	2	-	-	34	36
2.	Теоретические основы конкурентной среды в сфере торговли	2	-	-	34	36
3.	Базовые принципы ценообразования в коммерческой деятельности	2	-	2	32	36
<b>Итого:</b>		<b>6</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>108</b>

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы и текущего контроля обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа является одним из основных видов учебной деятельности, составной частью учебного процесса и имеет своей целью: глубокое усвоение материала дисциплины, совершенствование и закрепление навыков самостоятельной работы с литературой, рекомендованной преподавателем, умение найти нужный материал и самостоятельно его использовать, воспитание высокой творческой активности, инициативы, привычки к постоянному совершенствованию своих знаний, к целеустремленному научному поиску.

Контроль самостоятельной работы, является важной составляющей текущего контроля успеваемости, осуществляется преподавателем во время лекционных и практических (семинарских) занятий и обеспечивает оценивание хода освоения изучаемой дисциплины.

### **Вопросы для самостоятельного изучения**

1. Характеристика конкурентной среды локального рынка.
2. Практическое применение инструментов визуального анализа торговой среды.
3. Алгоритмы идентификации и описания конкурентов на примере товарной категории.
4. Правовые ограничения при сборе и использовании коммерческой информации.
5. Этические дилеммы в практике конкурентного анализа.
6. Механизмы применения инструментов ценового стимулирования спроса.
7. Поведенческие факторы восприятия цены в розничной торговле.
8. Практическое использование цифровых инструментов мониторинга цен.
9. Адаптация ценовой политики к изменениям рыночных условий.
10. Квалификационные требования профессиональных стандартов для начинающих специалистов.
11. Критерии сегментации потребительского рынка и их практическое значение.
12. Классификация субъектов конкурентного взаимодействия на локальном рынке.

### **Примерные темы рефератов (докладов)**

1. Роль профессиональных стандартов в формировании компетенций специалиста коммерческого профиля.
2. Правовое регулирование конкурентной деятельности на современном рынке торговли.
3. Этические принципы работы с рыночной информацией в коммерческой практике.
4. Трансформация конкурентной среды в условиях цифровизации розничной торговли.
5. Влияние рыночной сегментации на стратегию позиционирования торговых организаций.
6. Сравнительный анализ методов идентификации конкурентов в онлайн и офлайн-сегментах.
7. Визуальный мерчандайзинг как инструмент формирования конкурентного преимущества.
8. Динамика конкурентной среды локальных рынков: факторы изменения и тенденции развития.

9. Эволюция экономических функций цены в современной торговой деятельности.
10. Взаимосвязь издержек и рыночного спроса в механизме формирования розничных цен.
11. Адаптация ценовой политики торговых организаций к изменению макроэкономических условий.
12. Внутренние факторы ценообразования и их влияние на конкурентоспособность предприятия.
13. Эффективность применения инструментов ценового стимулирования в розничных сетях.
14. Психологические механизмы ценообразования и их влияние на потребительский выбор.
15. Государственное регулирование цен: баланс рыночных механизмов и социальной защиты.
16. Цифровые платформы мониторинга цен: возможности и ограничения для аналитиков.
17. Интеграция анализа конкурентной среды и ценообразования в управленческие решения.
18. Формирование профессиональной культуры специалиста в сфере коммерции.
19. Современные тренды развития конкурентной среды на рынке потребительских товаров.
20. Практические аспекты применения базовых принципов ценообразования в торговом бизнесе.

## **8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации**

### **8.1. Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой**

1. Коммерческая деятельность как объект профессионального изучения
2. Профессиональные стандарты в сфере коммерческой деятельности.
3. Правовые основы работы с рыночной информацией.
4. Этические нормы профессионального взаимодействия в коммерции.
5. Понятие и структура конкурентной среды в торговле.
6. Классификация субъектов конкурентного взаимодействия.
7. Базовые принципы сегментации рынка товаров и услуг.
8. Теоретические основы идентификации конкурентов.
9. Принципы визуального анализа торговой среды.
10. Характеристика конкурентной среды локального рынка.
11. Взаимосвязь конкурентной среды и механизмов ценообразования
12. Экономическая сущность категории «цена», функции цены.
13. Принципы формирования ценовой стратегии торговой организации
14. Факторы формирования уровня цен.
15. Влияние рыночных условий на ценовую политику организаций.
16. Внутренние детерминанты ценообразования в торговой организации.
17. Классификация инструментов ценового стимулирования спроса.
18. Поведенческие аспекты восприятия цены потребителем.

19. Государственное регулирование цен в РФ.
20. Цифровые инструменты мониторинга ценовой информации.

## **8.2. Типовые задания для оценки знаний**

1. Понятие, отражающее совокупность условий, определяющих взаимодействие субъектов рынка и влияющих на их конкурентные возможности, называется:

- а) рыночной конъюнктурой;
- б) конкурентной средой;
- в) рыночным механизмом.

2. Функция цены, проявляющаяся в способности отражать общественно необходимые затраты труда на производство и реализацию товара, называется:

- а) учётной;
- б) стимулирующей;
- в) распределительной.

3. К внутренним детерминантам ценообразования в торговой организации относится:

- а) уровень инфляции в стране;
- б) структура издержек предприятия;
- в) действия конкурентов на рынке.

## **8.3. Типовые задания для оценки умений**

### **Задание 1.**

Как известно, в процессе изучения конкурентной среды начинающие специалисты в сфере торговли используют арсенал базовых аналитических подходов и учебных методик. В их числе: наблюдение за торговой средой, сравнение ценовых предложений, классификация конкурентов, сегментация потребителей, анализ открытых источников информации, визуальная оценка оформления торговых пространств и ряд других.

В этой связи, укажите два подхода из перечисленных, с помощью которых, по Вашему мнению, можно наиболее эффективно сформировать первичное представление о конкурентной позиции торговой организации на локальном рынке. Обоснуйте выбор.

### **Задание 2.**

Одна из базовых трудностей начинающих специалистов в сфере коммерции — понимание механизмов формирования розничных цен. Имеются различные факторы, влияющие на уровень цен, а именно:

- структура издержек торговой организации;
- уровень рыночного спроса на товарную категорию;
- действия конкурентов и ценовая политика рыночных лидеров;
- государственное регулирование и отраслевые ограничения;
- психологические аспекты восприятия цены потребителем;
- инструменты ценового стимулирования (скидки, акции, программы лояльности).

1. Проанализируйте, какие факторы из перечисленных, по Вашему мнению, оказывают наибольшее влияние на формирование розничных цен в условиях рынка.

2. Нужно ли при анализе цен ограничиваться только числовыми значениями, или целесообразно учитывать также сопутствующие условия продаж (сервис, гарантии, репутация бренда)?

### **Задание 3.**

В современной коммерческой практике сбор и использование рыночной информации требует соблюдения правовых и этических норм. В учебной и профессиональной деятельности встречаются следующие подходы к работе с данными о конкурентах:

1. использование исключительно официальных источников (сайты компаний, государственные реестры, отраслевые отчёты);

2. сбор информации через открытые каналы с обязательной проверкой достоверности;

3. анализ данных с учётом требований законодательства о защите конкуренции и персональных данных;

4. соблюдение этических принципов при интерпретации и представлении результатов анализа;

5. структурирование собранной информации в формате, пригодном для принятия управленческих решений;

6. отказ от использования сведений, полученных с нарушением правовых или этических норм.

1. Какой из предложенных подходов Вы считаете наиболее целесообразным для начинающего специалиста в сфере торговли? Аргументируйте ответ.

2. Какие дополнительные принципы или правила работы с рыночной информацией Вы могли бы предложить, исходя из современных требований к профессиональной этике в коммерции?

## **8.4. Типовые задания для оценки навыков**

### **Задание 1.**

Торговая организация «Северный рынок», работающая в формате «супермаркет у дома» в спальном районе города, столкнулась с изменением конкурентной среды: в радиусе 500 метров открылась точка федеральной сети с агрессивной ценовой политикой и расширенным ассортиментом. По данным наблюдения, 60% постоянных покупателей «Северного рынка» — жители ближайших домов, ценящие удобство расположения и персональное обслуживание; 40% — случайные покупатели, ориентирующиеся преимущественно на цену.

Федеральный конкурент предлагает цены на базовые товарные категории на 10–15% ниже, но имеет стандартный формат обслуживания и ограниченное время работы службы поддержки клиентов. «Северный рынок» не может существенно снизить цены из-за более высокой структуры издержек, но обладает гибкостью в формировании ассортимента под запросы локального сообщества и возможностью быстрого реагирования на обратную связь покупателей.

Определите наиболее предпочтительную стратегию поведения «Северного рынка» в сложившейся конкурентной ситуации. Обоснуйте выбор, указав:

1. какие преимущества локального формата целесообразно использовать;

2. какие инструменты ценового и неценового стимулирования спроса могут быть применены.

## Задание 2.

Компания «Вкусный выбор» планирует вывести на рынок новую категорию товаров — премиальные снеки здорового питания (ореховые смеси, сухофрукты, протеиновые батончики). По результатам предварительного исследования выявлены две ключевые группы потребителей:

Группа потребителей	Доля в выборке	Ценовой ориентир	Ключевые критерии выбора
«Практичные ЗОЖ-потребители»	55%	120–160 Р/ед.	Соотношение цены и качества, состав, удобство упаковки
«Премиум-ориентированные покупатели»	45%	180–250 Р/ед.	Бренд, уникальность состава, экологичность упаковки, статусность

Себестоимость единицы товара составляет 90 Р. Конкуренты в данной категории предлагают продукцию в диапазоне 110–280 Р, при этом федеральные СТМ доминируют в нижнем ценовом сегменте, а импортные бренды — в премиум-сегменте. Компания «Вкусный выбор» не имеет узнаваемого бренда, но обладает гибкостью в формировании ассортимента и возможностью быстрой адаптации упаковки под запросы аудитории.

Определите наиболее предпочтительную стратегию формирования цены на новую категорию товаров. Обоснуйте выбор, указав, какие внутренние и внешние факторы ценообразования следует учесть в первую очередь.

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

### 9.1. Основная литература

1. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. – 8-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2026. – 398 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=73110>

2. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность : учебник / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов ; под ред. Л. П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 284 с. : схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720311>

### 9.2. Дополнительная литература

1. Салько, М. Г. Ценообразование в коммерческой деятельности : учебник : [16+] / М. Г. Салько, О. Г. Якунина ; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень : Тюменский индустриальный университет, 2019. – 167 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611364>

2. Дашков, Л. П. Коммерческая деятельность : учебник / Л. П. Дашков, Н. Ф. Солдатова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 212 с. : схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696972>

3. Нигметзянова, А. М. Основы коммерческой деятельности : учебно-методическое пособие : [16+] / А. М. Нигметзянова, Г. И. Гарипова, Л. Ю. Махоткина ; Казанский национальный исследовательский технологический институт. – Казань : Казанский

национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2019. – 84 с. : ил., табл., схем – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683812>

4. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговле : учебник для вузов / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20588-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: <https://urait.ru/bcode/582987>

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. [https://elibrary.ru/org\\_titles.asp?orgsid=14364](https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364) - научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
3. <https://urait.ru> - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
4. <https://www.consultant.ru/online/> – Информационная справочная система «КонсультантПлюс»
5. <https://rosstat.gov.ru> – Федеральная служба государственной статистики
6. <https://fas.gov.ru> – Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации
7. <https://minpromtorg.gov.ru> – Министерство промышленности и торговли Российской Федерации
8. <https://retail.ru/> – Портал о розничной торговле и ритейле в России
9. <https://infoline.spb.ru/> – Аналитическое агентство INFOLine (исследования рынка торговли)
10. <https://www.kom-dir.ru/> – Журнал «Коммерческий директор»
11. <https://www.2gis.ru/> – Справочно-картографический сервис 2ГИС (анализ локации конкурентов)

#### **Лицензионное программное обеспечение**

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

#### **11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины**

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) – русский.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

## **Образовательные технологии**

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены занятиями семинарского и лекционного типа. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

### **Занятия лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

### **Занятия семинарского типа**

Семинарские (практические) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

### **Практические занятия в форме практической подготовки**

Практическая подготовка при реализации данной учебной дисциплины организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Подготовка к практическим занятиям включает изучение содержания практического занятия, основной учебной и дополнительной литературы, а также конспекта лекций.

Практическое занятие включает в себя выполнение практических заданий, тестирование при необходимости и обсуждение текущих событий, касающихся непосредственно изучаемой дисциплины.

Выполнение заданий студентом в форме практической подготовки демонстрирует его способность применять полученные знания к конкретной профессиональной ситуации и способствует формированию, закреплению и развитию практических навыков по будущей профессиональной деятельности.

### **Самостоятельная работа обучающихся**

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

### **Рекомендации по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ**

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования инвалидами и лицами с ОВЗ.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется

дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиа материалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения инвалидов и лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам инвалидов и лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для инвалидов и лиц с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);

- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью и лицам с ОВЗ увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);

- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью и лиц с ОВЗ процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

**Учебная аудитория**, предназначенная для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей рабочей программой дисциплины, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, в состав которых входят: комплекты специализированной учебной мебели, доска классная, мультимедийный проектор, экран, компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся** – аудитория, оснащенная следующим оборудованием и техническими средствами: специализированная мебель для преподавателя и обучающихся, доска учебная, мультимедийный проектор, экран, звуковые колонки, компьютер (ноутбук), персональные компьютеры для работы обучающихся с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.