

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

Кафедра «Экономика труда и управление персоналом»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Технологии формирования внутреннего имиджа

Образовательная программа
38.04.03 Управление персоналом

Направленность (профиль) программы
Управление персоналом организации

Уровень высшего образования
магистратура

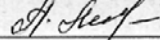
Форма обучения
очная - заочная_

Статус дисциплины: дисциплина по выбору

Махачкала, 2021

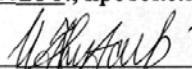
Рабочая программа дисциплины «Технологии формирования внутреннего имиджа» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом от 12.08. 2020 г. № 958.

Разработчик: кафедра «Экономика труда и управление персоналом»

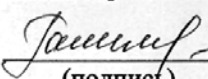
Мусаева А.З., к.э.н., доцент 

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры «Экономика труда и управление персоналом» от

« 30 » июня 2021 г., протокол № 10

Зав. кафедрой  Магомедов М.М.
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления от
« 1 » июля 2021 г., протокол №10 .

Председатель  Гашимова Л.Г.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением « 9 »
июля 2021 г. _____

Начальник УМУ  Гасангаджиева А.Г.
(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Технологии формирования внутреннего имиджа» является дисциплиной по выбору ОПОП магистратуры по направлению 38.04.03 Управление персоналом, направленности (профиля) «Управление персоналом организации»

Дисциплина реализуется на экономическом факультете кафедрой «Экономика труда и управление персоналом».

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – УК-3; профессиональных – ПК-20.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий

Очная- заочная форма обучения

Се- местр	Учебные занятия						СРС, в том числе экза- мен	Форма проме- жуточной атте- стации (зачет, дифференциро- ванный зачет, экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Все го	из них						
Лек- ции		Лабора- торные занятия	Практи- ческие занятия	КСР	Консуль- тации			
11	72	4		10			58	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Технологии формирования внутреннего имиджа» является формирование у слушателей магистратуры, обучающихся по направлению «Управление персоналом» знаний приемов и подходов создания внутриорганизационного имиджа и формирования навыков их практического использования при функционировании системы HR- менеджмента. Целью освоения дисциплины является также воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, эстетических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

Создание внутриорганизационного имиджа способствует развитию организационной культуры, повышению уровня межличностных коммуникаций между сотрудниками, обеспечивает укрепление трудовой дисциплины, улучшает и отражает специфику функционирования системы кадрового менеджмента предприятия. Задачами курса «Технологии формирования внутреннего имиджа» являются:

- ♣ ознакомить магистрантов с концептуальными моделями формирования внутреннего имиджа организации;

- ♣ обучить магистрантов основным технологиям подготовки эффективных презентаций, совещаний, корпоративных мероприятий для создания внутриорганизационного имиджа;

♣ дать представление о современных тенденциях в области формирования имиджа руководителя и менеджеров отечественных компаний с учетом мирового опыта в рамках создания целевого образа компании в сознании трудового коллектива.

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

«Технологии формирования внутреннего имиджа» является дисциплиной по выбору образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.03 Управление персоналом. Освоение данной дисциплины предполагает наличие у студентов входных знаний, умений по соответствующим пререквизитным учебным предметам.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
УК-3	Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения командной цели	Знать: сущность и типологию технологий формирования внутреннего имиджа; концептуальные модели формирования внутреннего имиджа организации. Уметь: подготавливать внутрифирменные публикации и вести документооборот при создании имиджа предприятия; создавать имидж руководителя и менеджеров организации. Владеть: методическими приемами диагностики образа организации в сознании персонала предприятия.
ПК-20	Знание основ создания эффективной команды профессионалов, владение принципами форм и методов диагностики организационного развития, технологии проведения диагностики и мониторинга состояния развития организации, ее кадрового потенциала и умением использовать их в своей профессиональной деятельности.	Знать: особенности разработки корпоративных мероприятий как инструмента формирования внутреннего имиджа организации. Уметь: планировать программы создания внутриорганизационного имиджа и проводить оценку ее эффективности. Владеть: технологиями создания и развития внутреннего имиджа организации.

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)

				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самостоятел. раб.		<i>местра)</i> Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
Модуль 1: Теоретические основы формирования внутреннего имиджа									
1	Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Технологии формирования внутреннего имиджа»	10			2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	Тема 2. Технологии формирования внутреннего имиджа: понятийный и классификационный анализ.	10			2			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
3	Тема 3. Внутренний имидж организации: структура, задачи и роль в системе кадрового менеджмента организации.	10			2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
4	Тема 4. Концептуальные модели формирования внутреннего имиджа организации.	10			4			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
5	Тема 5. Разработка корпоративных мероприятий как инструмент формирования внутреннего имиджа организации.				2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
<i>Итого по модулю 1:</i>					12			24	
Модуль 2: Инструменты формирования внутреннего имиджа									
6	Тема 6. Роль внутрифирменных публикаций и документооборота в формировании внутреннего имиджа организации.				2			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
7	Тема 7. Технологии презентации и совещаний при формировании внутреннего имиджа фирмы.				4			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
8	Тема 8. Разработка средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации				2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
9	Тема 9. Роль разработки имиджа руководителя и менеджеров компании при создании внутреннего имиджа предприятия.				2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
10	Тема 10. Планирование програм-				2			6	Опрос, оценка

мы создания внутри-организационного имиджа и оценка ее эффективности.								выступлений, защита реферата, проверка конспекта
<i>Итого по модулю 2:</i>				12			24	
зачет								
ИТОГО:				24			48	72

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Модуль 1: Теоретические основы формирования внутреннего имиджа

Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Технологии формирования внутреннего имиджа»

Форма проведения семинарского занятия – научная дискуссия о роли и месте знаний по дисциплине «Технологии формирования внутреннего имиджа» в процессе освоения квалификации (степени) «магистр» по направлению «Управление персоналом». Обсуждение рефератов по теме семинара.

После изучения темы 1 магистрант должен:

- иметь представление о роли и месте знаний по дисциплине «Технологии формирования внутреннего имиджа» в процессе освоения квалификации (степени) «магистр» по направлению «Управление персоналом».

Вопросы по теме:

1. Какова роль дисциплины «Технологии формирования внутреннего имиджа» при подготовке магистров по направлению «Управление персоналом» РФ?

2. Знания каких учебных дисциплин могут быть использованы при применении подобных технологий?

3. В чем состоят различие и взаимосвязь понятий «внешний имидж» и «внутренний имидж организации»?

4. Каковы основные направления и тенденции совершенствования теории и практики бренд-менеджмента на современном этапе развития экономической науки?

Тема 2. Технологии формирования внутреннего имиджа: понятийный и классификационный анализ.

Форма проведения семинарского занятия – коллоквиум по основным понятийным и классификационным аспектам теории формирования внутреннего имиджа организации. *Содержание темы:* Сущность понятия «технология», «формирование», «имидж», «технологии формирования внутреннего имиджа». Классификация видов имиджа. типология технологий формирования внутреннего имиджа организации.

После изучения темы 2 магистрант должен знать:

- сущность внутреннего имиджа организации;
- этапы процедуры сбора заявок на персонал;
- типы технологий формирования внутреннего имиджа организации.

Вопросы по теме:

1. В чем сущность понятия «технологии формирования внутреннего имиджа»?

2. Охарактеризуйте типологию имиджа?

3. В чём заключаются особенности формирования внутреннего имиджа фирмы?

Тема 3. Внутренний имидж организации: структура, задачи и роль в системе кадрового менеджмента организации.

Форма проведения семинарского занятия – научная дискуссия о структуре внутреннего имиджа; обсуждение рефератов по теме семинара.

Содержание темы: Структурные элементы внутреннего имиджа организации. Задачи формирования внутреннего имиджа. Функции, роль и значение внутреннего имиджа организации в системе ее кадрового менеджмента.

После изучения темы 3 магистрант должен знать:

- элементы структуры внутреннего имиджа;
- функции внутреннего имиджа организации.

Вопросы по теме:

1. Охарактеризуйте структурные элементы внутреннего имиджа организации.
2. В чём заключается задачи формирования внутреннего имиджа?
3. В чём заключается значение внутреннего имиджа организации в системе ее кадрового менеджмента?

Тема 4. Концептуальные модели формирования внутреннего имиджа организации.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра по применению различных моделей формирования внутреннего имиджа организации.

Содержание темы: Сравнительный анализ концептуальных моделей формирования внутреннего имиджа организации: их сходства, отличия, достоинства и недостатки, условия применимости на предприятии.

После изучения темы 4 магистрант должен знать:

- основные модели построения внутреннего имиджа организации;
- условия применимости каждой из моделей в современной России.

Вопросы по теме:

1. Охарактеризуйте основные модели формирования внутреннего имиджа.
2. Дайте характеристику методам диагностики сложившегося внутреннего имиджа.

Тема 5. Разработка корпоративных мероприятий как инструмент формирования внутреннего имиджа организации.

Форма проведения семинарского занятия - деловая игра по разработке корпоративного мероприятия.

Содержание темы: Сущность корпоративного мероприятия. Типология корпоративных мероприятий. Этапы процесса планирования и реализации корпоративного мероприятия. Приемы оценки результативности корпоративных мероприятий при формировании и развитии внутреннего имиджа организации.

После изучения темы 5 магистрант должен знать:

- виды корпоративных мероприятий, их характеристики, достоинства и недостатки;
- этапы планирования корпоративного мероприятия и способы оценки его результативности.

Вопросы по теме:

1. Охарактеризуйте типологию корпоративных мероприятий.
2. Каковы этапы процесса планирования и реализации корпоративного мероприятия?
3. В чем заключаются приемы оценки результативности корпоративных мероприятий при формировании и развитии внутреннего имиджа организации?

Модуль 2: Инструменты формирования внутреннего имиджа

Тема 6. Роль внутрифирменных публикаций и документооборота в формировании внутреннего имиджа организации.

Форма проведения семинарского занятия – научная дискуссия о роли внутрифирменных публикаций и документооборота в формировании внутреннего имиджа организации, деловая игра по теме семинара.

Содержание темы: Виды внутрифирменных публикации: их характеристики, достоинства и недостатки, условия применимости, носители. Этапы процесса разработки и размещения внутрифирменных публикаций.

Типология внутрифирменных документов, возможности использования фирменной стилистики при их составлении, ведении и учете. Факторы, ограничивающие использование внутрифирменной документации при формировании внутреннего имиджа организации.

После изучения темы 6 магистрант должен знать:

- виды внутрифирменных публикаций;
- правила ведения внутрифирменной документации для формирования внутреннего имиджа предприятия.

Вопросы по теме:

1. Охарактеризуйте виды внутрифирменных публикаций.
2. Каковы этапы процесса разработки и размещения внутрифирменных публикаций?
3. Охарактеризуйте типологию внутрифирменных документов, возможности использования фирменной стилистики при их составлении, ведении и учете.

Тема 7. Технологии презентации и совещаний при формировании внутреннего имиджа фирмы.

Форма проведения семинарского занятия - деловая игра, направленная на подготовку презентации и совещания для формирования внутреннего имиджа фирмы.

Содержание темы: Виды презентаций. Подходы к планированию презентации. Методические приемы проведения презентаций. Виды совещаний. Подходы к подготовке совещаний. Методические приемы проведения совещаний. Требования, предъявляемые к презентациям и совещаниям, для формирования внутреннего имиджа организации.

После изучения темы 7 магистрант должен знать:

- виды презентаций и совещаний;
- методические приемы использования презентации и совещаний при формировании имиджа организации.

Вопросы по теме:

1. В чем заключается технология подготовки презентации?
2. Каковы особенности подготовки совещаний?
3. Охарактеризуйте особенности использования презентаций и совещаний при формировании внутреннего имиджа.

Тема 8. Разработка средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации.

Форма проведения семинарского занятия - деловая игра, направленная на разработку фирменного стиля для формирования внутреннего имиджа фирмы.

Содержание темы: сущность фирменного стиля. Технологии формирования фирменного стиля организации. Носители фирменного стиля внутри фирмы, особенности их разработки. Виды средств визуальной идентичности компании, подходы к их разработке. Ограничения в использовании средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации.

После изучения темы 8 магистрант должен знать: • виды средств визуальной идентичности; • методические приемы использования фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации.

Вопросы по теме:

1. Какова сущность фирменного стиля?
2. Охарактеризуйте носители фирменного стиля внутри фирмы, особенности их разработки.
3. Каковы виды средств визуальной идентичности компании?
4. В чём заключаются ограничения в использовании средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации?

Тема 9. Роль разработки имиджа руководителя и менеджеров компании при создании внутреннего имиджа предприятия.

Форма проведения семинарского занятия – ролевая игра, направленная на совершенствование имиджа руководителя для формирования внутреннего имиджа фирмы. *Содержа-*

ние темы: Сущность имиджа руководителя, способы его диагностики и формирования. Требования, предъявляемые к имиджу менеджеров компании. Технологии формирования имиджем менеджеров организации.

После изучения темы 9 магистрант должен знать:

- требования, предъявляемые к имиджу менеджеров организации;
- методические приемы создания и развития имиджа руководителя и менеджеров компании при формировании внутреннего имиджа организации.

Вопросы по теме:

1. Охарактеризуйте способы диагностики и формирования имиджа руководителя.
2. Какие требования могут предъявляться к имиджу менеджеров компании?
3. Охарактеризуйте технологии формирования имиджем менеджеров организации.

Тема 10. Планирование программы создания внутриорганизационного имиджа и оценка ее эффективности.

Форма проведения семинарского занятия – контрольная работа по пройденному материалу, анализ программ создания внутреннего имиджа.

Содержание темы: Структурные элементы программы создания внутриорганизационного имиджа. Способы разработки подобной программы. Методы оценки ее эффективности.

После изучения темы 10 магистрант должен знать:

- требования, предъявляемые к программе создания внутреннего имиджа организации;
- методические приемы оценки эффективности программы формирования внутреннего имиджа организации.

Вопросы по теме:

1. Каковы структурные элементы программы создания внутриорганизационного имиджа?
2. Охарактеризуйте способы разработки программы создания внутреннего имиджа.
3. В чем заключаются методы оценки эффективности программы формирования внутреннего имиджа?

5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта деятельности отечественных и зарубежных компаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Возрастает значимость самостоятельной работы магистрантов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Технологии формирования внутреннего имиджа» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа магистрантов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать магистрантов на умение применять теоретические знания на практике.

Основными видами самостоятельной работы студентов в рамках освоения дисциплины выступают следующие:

- ✓ проработка лекционного материала;
- ✓ работа со статистическими и аналитическими данными;
- ✓ работа с тестами и вопросами для самопроверки;
- ✓ написание докладов, рефератов;

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат (от латинского "докладывать", "сообщать") представляет собой доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников или краткое изложение книги, статьи, исследования, а также доклад с таким изложением.

Написание реферата используется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Процесс написания реферата включает:

- выбор темы;
- подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение;
- составление плана;
- написание текста работы и ее оформление;
- устное изложение реферата.

Работу над рефератом следует начинать с общего ознакомления с темой (прочтение соответствующего раздела учебника, учебного пособия, конспектов лекций). После этого необходимо изучить нормативные акты, литературные и иные источники, рекомендованные преподавателем. Однако перечень источников не должен связывать инициативу студента. Он может использовать произведения, самостоятельно подобранные в результате изучения библиографии в библиотеке. Особенно внимательно необходимо следить за новой литературой по избранной проблематике, в том числе за статьями в научных периодических изданиях. В процессе изучения литературы рекомендуется делать выписки, постепенно группируя и накапливая теоретический и практический материал. План реферата должен быть составлен таким образом, чтобы он раскрывал название работы.

Реферат, как правило, состоит из введения, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, основного материала, содержащего суть проблемы и пути ее решения, заключения, содержащего теоретические выводы, списка использованной литературы.

Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Необходимо употреблять научные термины, избегать непривычных или двусмысленных понятий и категорий, сложных грамматических оборотов. Термины, отдельные слова и словосочетания допускается заменять принятыми текстовыми сокращениями, смысл которых ясен из контекста. Рекомендуется включать в реферат схемы и таблицы, если они помогают раскрыть основное содержание проблемы и сокращают объем работы.

Объем реферата — от 5 до 15 машинописных страниц.

На титульном листе студент указывает название вуза, кафедры, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя, в самом конце — дату написания работы.

Текст полностью написанной и оформленной работы подлежит тщательной проверке. Ошибки и опiski как в тексте, так и в цитатах и в научно-справочном аппарате отрицательно сказываются на оценке.

Содержание реферата студент докладывает на практическом занятии, заседании кружка, научно-практической конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 7—10 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. На основе обсуждения студенту выставляется соответствующая оценка.

В процессе выполнения реферата студент не только закрепляет, но и углубляет и расширяет полученные знания по избранной теме, осваивает необходимые навыки научного творчества, овладевает методами самостоятельной научной работы.

Реферат отражает результаты самостоятельно проведенного студентом научного исследования. В нем студент должен показать умение подбирать и изучать необходимую по теме литературу, находить в ней подходящую информацию, грамотно и хорошо излагать свои мысли, правильно и свободно пользоваться как общепринятой экономической, так и специальной финансовой терминологией.

Выбор темы реферативной работы осуществляется в соответствии с предложенной преподавателем тематикой. В отдельных случаях студент может выбрать для своего реферата тему, которая не вошла в тематику, но отражает его приверженность определенному направлению научных поисков.

Материал в реферате располагается в следующей последовательности:

- титульный лист
- план работы
- введение
- текст работы (разбитый на разделы)
- заключение
- список литературы.

Примерная тематика рефератов

1. Задачи формирования внутреннего имиджа.
2. Функции, роль и значение внутреннего имиджа организации в системе ее кадрового менеджмента.
3. История становления и развития теории и практики бренд-менеджмента та в России и за рубежом.
4. Сущность понятия «технология», «формирование», «имидж», «технологии формирования внутреннего имиджа».
5. Классификация видов имиджа.
6. Типология технологий формирования внутреннего имиджа организации.
7. Структурные элементы внутреннего имиджа организации.
8. Сравнительный анализ концептуальных моделей формирования внутреннего имиджа организации: их сходства, отличия, достоинства и недостатки, условия применимости на предприятии.
9. Этапы процесса разработки и размещения внутрифирменных публикаций.
10. Сущность корпоративного мероприятия. Типология корпоративных мероприятий.
11. Этапы процесса планирования и реализации корпоративного мероприятия.
12. Приемы оценки результативности корпоративных мероприятий при формировании и развитии внутреннего имиджа организации.
13. Виды презентаций.

14. Виды внутрифирменных публикаций: их характеристики, достоинства и недостатки, условия применимости, носители.
15. Типология внутрифирменных документов, возможности использования фирменной стилистики при их составлении, ведении и учете.
16. Факторы, ограничивающие использование внутрифирменной документации при формировании внутреннего имиджа организации.
17. Подходы к планированию презентации.
18. Методические приемы проведения презентаций.
19. Требования, предъявляемые к презентациям и совещаниям, для формирования внутреннего имиджа организации.
20. Сущность и виды фирменного стиля.
21. Технологии формирования фирменного Стиля совещаний.
22. Подходы к подготовке совещаний.
23. Методические приемы проведения совещаний.
24. стиля организации.
25. Носители фирменного стиля внутри фирмы, особенности их разработки.
26. Виды средств визуальной идентичности компании, подходы к их разработке.
27. Требования, предъявляемые к имиджу менеджеров компании.
28. Ограничения в использовании средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации.
29. Структурные элементы программы создания внутриорганизационного имиджа.
30. Способы разработки программы создания внутриорганизационного имиджа.
31. Методы оценки эффективности программы создания внутриорганизационного имиджа.
32. Сущность имиджа руководителя, способы его диагностики.
33. Сущность имиджа руководителя, способы его формирования.
34. Технологии формирования имиджей менеджеров организации.

Методические рекомендации по подготовке докладов

Доклад – это публичное сообщение, представляющее собой развёрнутое изложение на определённую тему.

В отличие от реферата доклад представляет собой анализ какой-либо темы, опирающийся на всестороннее исследование проблемы или ее отдельных аспектов. Он строится по принципу демонстрации определенной позиции автора, подкрепленной научно-исследовательскими работами в этой области со ссылками на источники, цитатами и обоснованием авторского мнения.

Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.

Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать дискуссию.

Структура доклада:

- титульный лист
- оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт);
- введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы);
- основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы);
- заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации);
- список использованных источников.

Объем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем.

Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения.

Обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу.

Содержание доклада студент докладывает на практическом занятии, заседании кружка, научно-практической конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 5-7 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. На основе обсуждения студенту выставляется соответствующая оценка.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на практических занятиях и/или студенческих научно-практических конференциях.

Критерии оценки рефератов/докладов

При оценке качества представленной студентом работы (реферата/доклада) принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).

2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).

3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).

4. Количество и качество использованных источников литературы.

5. Оригинальность работы (осуществляется проверка на наличие заимствований).

6. Защита студентом представленной работы.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, докладов, тестов и промежуточный контроль в форме зачета.

Образец тестового задания по 1 модулю

1. Уровни культуру в бизнесе:

- 1) 1
- 2) 2
- 3) 3
- 4) 4

2. Что является нижним уровнем культуры в бизнесе:

- 1) организационная культура
- 2) управленческая культура
- 3) контркультура
- 4) национальная культура

3. Объектом организационной культуры является:

- 1) процесс формирования основных ценностей организации
- 2) формирование взаимоотношений и взаимосвязей между людьми и подразделениями
- 3) любая социально-экономическая система, поддающаяся управлению
- 4) действующая в организации система коммуникации

4. Методами, используемыми при формировании и развитии организационной культуры, являются:

- 1) эмпирический метод
- 2) методы системного анализа
- 3) метод моделирования конфликта
- 4) метод математического моделирования

5. Более ёмким является понятие:

- 1) организационная культура
- 2) корпоративная культура
- 3) они одинаковы
- 4) это разные понятия, их нельзя сравнивать

6. Что не является основным принципом организационной культуры:

- 1) всеобщность
- 2) обоснованность
- 3) априорность
- 4) субъективность

7. По стилю управления организационные культуры подразделяются на:

- 1) бюрократическую и демократическую
- 2) авторитарную и либеральную
- 3) либеральную и бюрократическую
- 4) демократическую и авторитарную

8. В бюрократической организационной культуре основным мотивом деятельности работника является:

- 1) экономический интерес
- 2) вызов, влекущий самореализацию
- 3) общие командные цели
- 4) социальные отношения

9. Объединения людей, сообща реализующих интересы, программы, цели, социально-культурные установки, противостоящие фундаментальным принципам, ценностям и правилам общества это:

- 1) неформальные организации
- 2) контркультурные организации
- 3) формальные организации
- 4) ассоциативные организации

10. Набор наиболее важных положений, применяемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях и нормах, которые служат ориентирами поведения и действий персонала

- 1) корпоративная культура;
- 2) социальная культура
- 3) общественная культура
- 4) народная культура

11. Корпоративная культура – это:

- 1) культура организации;
- 2) фирменная культура;
- 3) культура предпринимательства;
- 4) культура общественная

12. Компонентами корпоративной культуры являются:

- 1) принятая система лидерства;
- 2) стили разрешения конфликтов;
- 3) принятая символика: лозунги, организационные табу, ритуалы;
- 4) нет правильного ответа

13. Призыв или обращение в лаконичной форме, выражающее руководящую идею, требование:

- 1) лозунг;
- 2) организационноетабу;
- 3) ритуал

14. Характеристики организационной культуры:

- 1) нормы поведения;

- 2) культура общения;
- 3) деловой этикет;
- 4) трудовая этика;
- 5) автоматизация бухгалтерского учета

15. Способ взаимодействия в рамках коллективного решения задач или проблем:

- 1) осознание работником своего места в компании (группе);
- 2) тип совместной деятельности;
- 3) нормы поведения;
- 4) тип управления

16. Часть культуры поведения, которая выражается главным образом в речи, во взаимном обмене репликами и беседе:

- 1) культура общения;
- 2) тип совместной деятельности;
- 3) нормы поведения;
- 4) тип управления

17. Внутренние коммуникации одной организации, функционирующие на различных территориальных объектах данной организации:

- 1) корпоративная информационная система;
- 2) деловой этикет;
- 3) традиции компании;
- 4) особенности трактовки полномочий и ответственности

18. Установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов:

- 1) корпоративная информационная система;
- 2) деловой этикет;
- 3) традиции компании;
- 4) особенности трактовки полномочий и ответственности

19. Образцы порядка, отношений, поведения, деятельности, принадлежащие к наследию компании и охраняемые общественным мнением:

- 1) корпоративная информационная система;
- 2) деловой этикет;
- 3) традиции компании;
- 4) особенности трактовки полномочий и ответственности

20. Основные составляющие трудовой этики:

- 1) ценности,
- 2) права и обязанности;
- 3) правила;
- 4) взаимоотношения
- 5) нет правильного ответа

21. Эмблема и цветовая гамма корпоративной культуры:

- 1) символика;
- 2) тип совместной деятельности;
- 3) нормы поведения;
- 4) тип управления

22. Набор ориентиров, что такое хорошо и что такое плохо:

- 1) взаимоотношения;
- 2) ценности;
- 3) нормы;
- 4) коммуникационная система и язык общения

23. Совокупность элементов организационной культуры по выполнению работы, информированию работников; подходов к объяснению причин и др.:

- 1) вера во что-то и отношение или расположение к чему-то;
- 2) процесс развития работника;

- 3) нормы;
- 4) коммуникационная система и язык общения

24. Главные ценности организации, объединенные в единую систему:

- 1) миссия организации
- 2) философия организации
- 3) организационные традиции
- 4) корпоративная культура

25. Первый уровень организационной культуры образует:

- 1) ритуалы
- 2) философию
- 3) дизайн
- 4) эмблемы

Образцы тестовых заданий по 2 модулю

1. Уровень организационной культуры, который образует способы поведения людей, ритуалы, эмблемы, дизайн, униформу, язык, лозунги и пр.:

- 1) поверхностный;
- 2) промежуточный;
- 3) глубинный

2. Уровень организационной культуры, который составляет укоренившиеся ценности и верования:

- 1) поверхностный;
- 2) промежуточный;
- 3) глубинный

3. Как по-другому называется третий уровень организационной культуры:

- 1) промежуточный
- 2) низший
- 3) срединный
- 4) глубинный

4. Повторяющееся мероприятие, проводимое в определенное время и по специальному поводу:

- 1) традиция
- 2) обряд
- 3) обычай
- 4) ритуал

5. Совокупность мероприятий (обрядов), оказывающих психологическое влияние на работников с целью укрепления преданности ей

- 1) ритуал;
- 2) традиции;
- 3) символика;
- 4) лозунги

6. Ценности, обычаи, обряды, ритуалы, нормы поведения членов организации, привнесенные из прошлого в настоящее:

- 1) ритуал;
- 2) традиции;
- 3) символика;
- 4) лозунги

7. Образ мышления работников, определяемый традициями, ценностями, уровнем культуры, сознанием членов организации:

- 1) ритуал;

- 2) лозунги;
- 3) символика;
- 4) менталитет

8. Что не является функцией организационной культуры:

- 1) охранная функция
- 2) образовательная функция
- 3) воспитательная функция
- 4) замещающая функция

9. Функция организационной культуры по созданию барьера, ограждающего организацию от нежелательных внешних воздействий:

- 1) охранная;
- 2) интегрирующая;
- 3) регулирующая;
- 4) адаптивная

10. Функция организационной культуры по формированию чувства принадлежности к организации, гордости за нее:

- 1) охранная;
- 2) интегрирующая;
- 3) регулирующая;
- 4) адаптивная

11. Функция организационной культуры по поддержанию правила и нормы поведения работников, их взаимоотношений, контактов с внешним миром, что является гарантией ее стабильности, уменьшает возможность нежелательных конфликтов:

- 1) охранная;
- 2) интегрирующая;
- 3) регулирующая;
- 4) адаптивная

12. Функция организационной культуры по облегчению приспособления людей друг к другу и к организации, реализуется через общие нормы поведения, ритуалы, обряды, совместные мероприятия:

- 1) охранная;
- 2) интегрирующая;
- 3) регулирующая;
- 4) адаптивная

13. Функция организационной культуры, которая направляет деятельность организации и ее участников:

- 1) ориентирующая;
- 2) мотивационная;
- 3) формирование имиджа организации;
- 4) адаптивная

14. Функция организационной культуры, которая создает необходимые стимулы:

- 1) ориентирующая;
- 2) мотивационная;
- 3) формирование имиджа организации;
- 4) адаптивная

15. Результатом непроизвольного синтеза людьми отдельных элементов культуры организации в некое неуловимое целое, оказывающее огромное воздействие как на эмоциональное, так и на рациональное отношение к ней:

- 1) ориентация;
- 2) мотивация;
- 3) формирование имиджа организации;
- 4) адаптация

16. Группа людей с похожими взглядами на мир, которые, отличаются от мировоззрения большинства:

- 1) субкультура;

- 2) традиции;
- 3) символика;
- 4) лозунги

17. Корпоративная культура, характеризующаяся лояльностью, преданностью и сработанностью сотрудников, командной работой:

- 1) бейсбольная команда;
- 2) клубная;
- 3) академическая;
- 4) оборонная

18. Корпоративная культура, которая часто подвергается реструктуризации и сокращает свой персонал для адаптации к новым внешним условиям:

- 1) бейсбольная команда;
- 2) клубная;
- 3) академическая;
- 4) оборонная

19. Культура организации, если она способствует эффективному решению проблем и росту производительности, стимулирует результативность деятельности предприятия:

- 1) положительна;
- 2) отрицательна;
- 3) позитивна;
- 4) негативна

20. Видимые организационные структуры и процессы, которые можно увидеть, услышать, пощупать:

- 1) артефакты;
- 2) провозглашаемые ценности;
- 3) базовые представления

21. Высказывания и действия членов организации, которые отражают общие ценности и убеждения:

- 1) артефакты;
- 2) провозглашаемые ценности;
- 3) базовые представления

22. Основа, определяет поведение людей в организации, принятие тех или иных решений:

- 1) артефакты;
- 2) провозглашаемые ценности;
- 3) базовые представления

23. Культура, которая проявляется в благоприятном морально-психологическом климате, сплоченности людей, групповых нормах и ценностях, неформальном статусе сотрудников, их личной активности, взаимопонимании, гармонии отношений:

- 1) опекунская;
- 2) праксиологическая;
- 3) предпринимательская

24. Культура, которая основывается на порядке, рациональности, планах, тщательном контроле, оценке деятельности по результатам:

- 1) опекунская;
- 2) праксиологическая;
- 3) предпринимательская

25. Культура, которая поддерживает действия, направленные вовне организации и на перспективу, новаторство и творческую активность персонала, гарантирует удовлетворение потребностей работников в развитии и совершенствовании:

- 1) опекунская;
- 2) праксиологическая;
- 3) предпринимательская

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (зачету)

1. Сущность понятия «технология», «формирование», «имидж», «технологии формирования внутреннего имиджа».
2. Классификация видов имиджа.
3. Типология технологий формирования внутреннего имиджа организации.
4. Структурные элементы внутреннего имиджа организации.
5. Сравнительный анализ концептуальных моделей формирования внутреннего имиджа организации: их сходства, отличия, достоинства и недостатки, условия применимости на предприятии.
6. Задачи формирования внутреннего имиджа.
7. Функции, роль и значение внутреннего имиджа организации в системе ее кадрового менеджмента.
8. История становления и развития теории и практики бренд-менеджмента та в России и за рубежом.
9. Виды внутрифирменных публикаций: их характеристики, достоинства и недостатки, условия применимости, носители.
10. Этапы процесса разработки и размещения внутрифирменных публикаций.
11. Сущность корпоративного мероприятия. Типология корпоративных мероприятий.
12. Этапы процесса планирования и реализации корпоративного мероприятия.
13. Приемы оценки результативности корпоративных мероприятий при формировании и развитии внутреннего имиджа организации.
14. Виды презентаций.
15. Типология внутрифирменных документов, возможности использования фирменной стилистики при их составлении, ведении и учете.
16. Факторы, ограничивающие использование внутрифирменной документации при формировании внутреннего имиджа организации.
17. Подходы к планированию презентации.
18. Методические приемы проведения презентаций.
19. Требования, предъявляемые к презентациям и совещаниям, для формирования внутреннего имиджа организации.
20. Носители фирменного стиля внутри фирмы, особенности их разработки.
21. Требования, предъявляемые к имиджу менеджеров компании.
22. Ограничения в использовании средств визуальной идентичности и фирменного стиля при формировании внутреннего имиджа организации.
23. Структурные элементы программы создания внутриорганизационного имиджа.
24. Способы разработки программы создания внутриорганизационного имиджа.
25. Сущность и виды фирменного стиля.
26. Виды средств визуальной идентичности компании, подходы к их разработке.
27. Технологии формирования фирменного Виде совещаний.
28. Подходы к подготовке совещаний.
29. Методические приемы проведения совещаний.
30. Сущность имиджа руководителя, способы его диагностики.
31. Технологии формирования имиджей менеджеров организации Сущность имиджа руководителя, способы его формирования.
32. Методы оценки эффективности программы создания внутриорганизационного имиджа.

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, уме-

ний, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 50% и промежуточного контроля – 50%. Контроль освоения студентом дисциплины осуществляется в рамках модульно-рейтинговой системы в зачетных единицах, включающих текущую и промежуточную аттестации.

По результатам текущего и промежуточного контроля составляется академический рейтинг студента по каждому кредиту и выводится средний рейтинг по всем трем кредитам.

По результатам промежуточного контроля студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в зачетных единицах, выставляется дифференцированная отметка в принятой системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по данной дисциплине.

Контроль успеваемости и качества подготовки студентов по дисциплине «Социология труда» осуществляется в ходе текущего контроля, промежуточного контроля (модульные аттестации) и итогового контроля по дисциплине.

Текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических занятиях, индивидуальные задания – предназначен для проверки отдельных знаний, навыков и умений студентов, полученных при обучении по учебной дисциплине или требуемых для обучения по учебной дисциплине. Текущий контроль предназначен для проверки достижения студентом отдельных учебных целей и выполнения части учебных задач программы учебной дисциплины.

По результатам текущего контроля формируется допуск студента к экзамену.

Текущий контроль знаний:

1. Присутствие и работа на лекции (конспект) – 2 балл;
2. Присутствие на семинаре – 1 балл;
3. Активное участие на семинарских занятиях – 15 балл;
4. Самостоятельная работа:
 - а) выполнение домашнего задания – 12 балл;
5. Устный (фронтальный) опрос – 10 баллов;
9. Доклады – 10 баллов.

Итого: текущий контроль знаний – 50 баллов.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5. Контроль освоения учебного материала по каждому кредиту может осуществляться в форме:

- контрольной работы;
- тестирования.

Итого: промежуточный контроль – 50 баллов.

Оценка самостоятельной работы студента (подготовка доклада, выполнение индивидуальных заданий, домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Результаты успеваемости оцениваются по 100-балльной системе, которые отделом мониторинга качества образования переводятся в 50 баллов.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

Аттестованным считается студент, набравший 51 балл и выше.

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

а) основная литература:

1. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Организационная культура. Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент», по экономическим специальностям. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
<http://www.iprbookshop.ru/66239.html>
2. Земедлина, Е.А. Организационная культура: Учебное пособие / Е.А. Земедлина. - М.: Риор, 2018. - 480 с.
3. Козлов, В.В. Организационная культура (для бакалавров) / В.В. Козлов, Ю.Г. Одегов, В.Н. Сидорова. - М.: КноРус, 2016. - 237 с.
4. Соломанидина, Т.О. Организационная культура в таблицах, тестах, кейсах и схемах: Учебно-методические материалы / Т.О. Соломанидина. - М.: Инфра-М, 2017. - 544 с.
5. Тихомирова, О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: Учебное пособие / О.Г. Тихомирова. - М.: Инфра-М, 2016. - 559 с.

б) дополнительная литература:

1. Бушмелева М.А. Развитие корпоративной культуры как мера предупреждения организационных конфликтов // Конфликтология. - 2017. – №1. - С.143-158.
2. Грудистова, Е. Г. Практические методы формирования и развития организационной культуры // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т.2, №4, 2016.
3. Муллахметов Х. Корпоративная культура в системе менеджмента // Общество и экономика. - 2017. - № 11. - С.41-53.
4. Сурикова, Д. А. Общее и частное в эволюции подходов к понятию «организационная культура» / Д. А. Сурикова, О. В. Юрова // Экономика, управление, финансы: материалы II междунар. науч. конф. — Пермь: Меркурий, 2012. — С. 137-141.
5. Тихонова Л.Е. Персонал и корпоративная культура организации: модель мотивации / Л.Е.Тихонова, В.В.Федотова // Социальная политика и социология. - 2019. - Т.18, N 2. - С.17-25.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. eLibrary.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека/научн.электронная библиотека // <http://www.elibrary.ru/>
2. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения [база данных]/ДГУ. – Махачкала – URL: <http://www.moodle.dgu.ru>
3. Электронный каталог библиотеки ДГУ [Электронный ресурс]: <http://www.elib.dgu.ru>
4. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» / <http://www.biblioclub.ru/>
5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам / <http://window.edu.ru/window/library>
6. Библиотека Гумер - гуманитарные науки / <http://www.gumer.info/>
7. Библиотека: Интернет-издательство / <http://www.magister.msk.ru/library/>
8. Библиотека Я. Кротова / <http://www.krotov.info/>
9. Мировая цифровая библиотека / <http://wdl.org/ru/>
10. Публичная Электронная Библиотека / <http://lib.walla.ru/>
11. Российское образование. Федеральный портал. / <http://www.edu.ru/>
12. Русский гуманитарный интернет-университет / <http://www.i-u.ru/biblio/links.aspx?id=6>
13. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки / <http://www.rsl.ru/ru/s2/s101/>
14. Электронная библиотека учебников / <http://studentam.net/>
15. Электронная библиотека IQlib / <http://www.iqlib.ru/>
16. Lib.Ru: Библиотека Максима Мошкова / <http://lib.ru/>
17. Официальный сайт Президента Российской Федерации // www.kremlin.ru
18. Официальный сайт Министерства иностранных дел Российской Федерации // www.mid.ru
19. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации // www.economy.gov.ru
20. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // www.gks.ru
21. Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) // <http://wciom.ru>
22. Сайт аналитического центра Юрия Левады (Левада-центр) // www.levada.ru
23. Сайт Института современного развития (ИНСОР) // www.riocenter.ru
24. Сайт Института общественного проектирования (ИНОП) // www.inop.ru
25. Сайт журнала «Эксперт» // www.expert.ru

26. Сайт Общественной палаты России // www.oprf.ru

27. Федеральный портал «Российское образование» // <http://www.edu.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных занятиях, решают практические задачи по указанию преподавателя, готовятся к каждому семинару, изучают основные способы психического влияния людей друг на друга в деятельности и общении, усваивают и повторяют основные понятия, которыми обозначаются данные явления.

Характер и количество задач, решаемых на семинарских занятиях, определяются преподавателем, ведущим занятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки их конспектов по изучению литературных источников, проверки решения ими учебных заданий и практических задач, предусмотренных для самостоятельной отработки. Количество задач, предлагаемых для самостоятельной работы студентам, определяются их сложностью и с учетом соотношения часов аудиторной и самостоятельной работы.

В течение семестра проводится контрольная работа. Выполнение всех самостоятельных домашних заданий и контрольной работы является необходимым условием допуска к экзамену по теоретическому курсу. Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекций, семинарских практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, самостоятельной работы студентов. В качестве контрольно-развивающих форм используются командные и сценарные игры, «интеллектуальные разминки», «мозговые штурмы», моделирование изучаемого предмета.

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях.

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемого курса. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств.

Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Методические рекомендации студентам по подготовке к семинарским занятиям.

Главной задачей семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Семинарское занятие проводится в соответствии с планом.

Подготовка студентов к семинару включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника тренинга или деловой игры;

- заблаговременное решение учебно-профессиональных задач к семинару.

При проведении семинарских занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а также творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей. **Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету.** При подготовке к зачету студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для выполнения моделирования необходимы пакет прикладных программ Microsoft Office. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться образовательный блог и электронная почта.

Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle ДГУ, <http://moodle.dgu.ru/>

При изучении студентами данной дисциплины используются следующие технологии:

- технологии проблемного обучения (проблемные лекции, проводимые в форме диалога,
- решение учебно-профессиональных задач на семинарских и практических занятиях;
- игровые технологии (проведение тренингов, деловых игр, «интеллектуальных разминок», «мозговых штурмов», реконструкций функционального взаимодействия личностей в рамках семинарских занятий);
- интерактивные технологии (проведение лекций диалогов, эвристических бесед, коллективное обсуждение различных подходов к решению той или иной учебно-профессиональной задачи);
- информационно-коммуникативные образовательные технологии (моделирование изучаемых явлений, презентация учебных материалов) и элементы технологий проектного обучения.

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

Учебные занятия по предмету проводятся в специализированной аудитории. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, компьютерное оборудование для моделирования ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении, видео-лекции, видео – и аудиовизуальные средства обучения, банк учебно-профессиональных задач, учебных заданий.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 407 ауд., 408 ауд., 434 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.