

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костровец Лариса Борисовна  
Должность: директор  
Дата подписания: 07.06.2026 16:18:57  
Уникальный программный ключ:  
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

*Приложение 3*  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ФТД.01 Развитие и управление личным брендом руководителя**  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент  
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент организаций  
(наименование образовательной программы)

Магистр  
(квалификация)

Заочная форма обучения  
(форма обучения)

Год набора – 2025

Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

*Докторова Надежда Петровна, канд.гос.упр., доцент кафедры менеджмента непроизводственной сферы*

**Заведующий кафедрой:**

*Тарасова Елена Владимировна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента непроизводственной сферы*

Рабочая программа дисциплины ФТД.01 Развитие и управление личным брендом руководителя одобрена на заседании кафедры менеджмента непроизводственной сферы Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 02 от «27» октября 2025 г.

## РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

### 1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

формирование у студентов компетенций, необходимых для создания и продвижения собственного личного бренда как руководителя, включая развитие навыков самопозиционирования, коммуникации и маркетинга, которые помогут им выделиться на рынке труда и в профессиональной среде.

### 1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Изучение основных принципов построения личного бренда и его влияния на карьеру руководителя.
2. Анализ внутренних и внешних факторов, определяющих личный бренд руководителя.
3. Разработка стратегии продвижения личного бренда через различные каналы коммуникации.
4. Оценка эффективности управления личным брендом и корректировка стратегии в соответствии с изменениями на рынке и в отрасли.

### 1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО: ФТД.01.

*1.3.1. Дисциплина "Развитие и управление личным брендом руководителя" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:*

Основы бизнес лингвистики и теория переговоров

*1.3.2. Дисциплина "Развитие и управление личным брендом руководителя" выступает опорой для следующих элементов:*

Технологии презентации проектов

### 1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

*УК-6.2: Способен использовать современные технологии, методы и средства обучения для выстраивания траектории собственного профессионального роста*

Знать:

<b>Уровень 1</b>	основы построения личного бренда руководителя
<b>Уровень 2</b>	различные программы и онлайн-сервисы для профессионального развития
<b>Уровень 3</b>	способы эффективного использования социальных сетей для построения и продвижения личного бренда

Уметь:

<b>Уровень 1</b>	пользоваться программами и онлайн-сервисами для профессионального развития
<b>Уровень 2</b>	использовать социальные сети для построения и продвижения личного бренда
<b>Уровень 3</b>	критически оценивать свои достижения и навыки, определять зоны для роста и разработать план их улучшения

Владеть:

<b>Уровень 1</b>	навыками цифровой грамотности
<b>Уровень 2</b>	навыками создания и продвижения личного бренда руководителя в цифровой реальности
<b>Уровень 3</b>	умением адаптироваться к новым технологиям и методам обучения

*В результате освоения дисциплины "Развитие и управление личным брендом руководителя"*

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
	- основные принципы формирования личного бренда руководителя;
	- алгоритм построения личного бренда;
	- анализировать большие объемы данных и использовать их для принятия решений;
	- планировать и осуществлять процесс обучения с использованием онлайн-ресурсов;
	- находить, оценивать и использовать информацию для решения профессиональных задач;
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
	- создавать и поддерживать актуальное портфолио своих профессиональных достижений в электронном виде;
	- строить профессиональные сети и поддерживать контакты с коллегами и экспертами в своей области;
	- работать с различными образовательными и профессиональными программами;

<b>3.3 Владеть:</b>
- работы с современными программными продуктами;
- отслеживания своего прогресса в освоении новых технологий и методов обучения;
- критического мышления;
<b>1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.
<b>Промежуточная аттестация</b>
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Развитие и управление личным брендом руководителя" видом промежуточной аттестации является Зачет

## РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Общая трудоёмкость дисциплины "Развитие и управление личным брендом руководителя" составляет 2 зачётные единицы, 72 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
<b>2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Раздел 1. Построение личного бренда						
Тема 1.1. Основные понятия и определения /Лек/	1	2	УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3 .1 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Основные понятия и определения /Сем зан/	1	2	УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3 .2 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Основные понятия и определения /Ср/	1	8	УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3 .3 Э1 Э2	0	
Тема 1.2. Построение личного бренда руководителя /Лек/	1		УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3 .1 Э1 Э2	0	
Тема 1.2. Построение личного бренда руководителя /Сем зан/	1		УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3 .2 Л3.3 Э1 Э2	0	

Тема 1.2. Построение личного бренда руководителя /Ср/	1	10	УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3 .3 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Особенности формирования личного бренда руководителя в условиях цифровизации /Лек/	1		УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .1 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Особенности формирования личного бренда руководителя в условиях цифровизации /Сем зан/	1		УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Особенности формирования личного бренда руководителя в условиях цифровизации /Ср/	1	10	УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э1 Э2	0	
<b>Раздел 2. Раздел 2. Управление личным брендом руководителя</b>						
Тема 2.1. Продвижение личного бренда руководителя /Лек/	1		УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .1 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Продвижение личного бренда руководителя /Сем зан/	1		УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Продвижение личного бренда руководителя /Ср/	1	10	УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Продвижение личного бренда в социальных сетях /Лек/	1		УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .1 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Продвижение личного бренда в социальных сетях /Сем зан/	1		УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Продвижение личного бренда в социальных сетях /Ср/	1	10	УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. STP-модель в персональном брендинге /Лек/	1	2	УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .1 Э1 Э2	0	

Тема 2.3. STP-модель в персональном брендинге /Сем зан/	1	2	УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. STP-модель в персональном брендинге /Ср/	1	10	УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э1 Э2	0	
/Конс/ Контроль	1 4	2			0	

### РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>Образовательные технологии: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа обучающихся по выполнению различных видов заданий.</p> <p>Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «PowerPoint». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д.</p> <p>В ходе лекции предусмотрена обратная связь с обучающимися, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеofilьмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.</p> <p>При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на вопросы.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Н. В. Агаркова, Н. В. Близкая	Управление брендом : учебно-методическое пособие для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») очной / заочной форм обучения (218 с.)	Донецк : ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2021
Л1.2	Баранова, С. А.	Основы брендинга: курс лекций и тестовые задания : учебное пособие ( 98 с. )	Москва : ФЛИНТА, 2021
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Беганская, И. Ю. И. Ю. Беганская, Л. В. Черная, М. В. Трощина	Системное управление брендами : учебник (345 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Докторова Н.П.	Развитие и управление личным брендом руководителя: Конспект лекций для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент	Донецк : ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
		(профиль: «Менеджмент организаций») заочной формы обучения	
ЛЗ.2	Докторова Н.П.	Развитие и управление личным брендом руководителя: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Менеджмент организаций») заочной формы обучения	Донецк : ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025
ЛЗ.3	Докторова Н.П.	Развитие и управление личным брендом руководителя: методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Менеджмент организаций») заочной формы обучения	Донецк : ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025

#### 4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Современный брендинг. Часть 1 : учебное пособие / Т.Б. Фейлинг, Т.В. Каткова, В.В. Третьяк. – Санкт-Петербург : РГМУ, 2022. – 178 с. – [Текст: электронный].	<a href="http://elib.rshu.ru/files_books/pdf/rid_0a80f9d6af2344bc811915b5b9e39060.pdf">http://elib.rshu.ru/files_books/pdf/rid_0a80f9d6af2344bc811915b5b9e39060.pdf</a>
Э2	Брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Н. Хацкелевич, В. В. Пьянков ; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2023. – 6,28 Мб ; 145 с. – Режим доступа:	<a href="http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/Hackevich-Pyankov-Brending.pdf">http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/Hackevich-Pyankov-Brending.pdf</a>

#### 4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.)
- 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License)
- AIMP (лицензия LGPL v.2.1)
- STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
- GIMP (лицензия GNU General Public License)
- Inkscape (лицензия GNU General Public License).

#### 4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

База данных Ассоциации менеджеров России [www.amr.ru](http://www.amr.ru)  
 Портал профессионального сообщества менеджеров [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru)  
 Портал профессионального сообщества менеджеров [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

#### 4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий:

рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.

### РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ / КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

#### 5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Что такое личный бренд руководителя и почему он важен?
2. Какие основные элементы личного бренда руководителя следует развивать?
3. Каким образом можно определить свои ключевые ценности как лидера?
4. Какой подход к развитию личного бренда эффективнее: внешний или внутренний?
5. Как влияет репутация руководителя на развитие его личного бренда?
6. Какие инструменты могут помочь в продвижении личного бренда руководителя?
7. Как оценить свои сильные и слабые стороны в контексте личного бренда?

8. Какие персональные цели можно поставить себе в развитии личного бренда руководителя?
9. Каким образом управление личным брендом способствует карьерному росту?
10. Как влияет образование на развитие личного бренда руководителя?
11. Как можно повысить узнаваемость личного бренда через онлайн присутствие?
12. Какое значение имеют персональные истории и анекдоты в формировании личного бренда?
13. Как оценить эффективность своего личного бренда?
14. Как использовать свой личный бренд для установления доверительных отношений с коллегами и подчиненными?
15. Как важно умение коммуникации в процессе создания и развития личного бренда руководителя?
16. Каким образом разнообразие опыта и перспектив может влиять на личный бренд руководителя?
17. Чем отличается личный бренд опытного руководителя от начинающего?
18. Как использовать обратную связь для улучшения личного бренда?
19. Каким образом можно поддерживать и развивать свой личный бренд в течение времени?
20. Какова роль саморефлексии в процессе развития личного бренда руководителя?
21. Как важна эмоциональная интеллектuality в формировании личного бренда руководителя?
22. Каким образом лидерские качества влияют на личный бренд руководителя?
23. Какие трудности могут возникнуть при формировании и управлении личным брендом руководителя?
24. Как различные стили лидерства могут влиять на личный бренд руководителя?
25. Какие принципы этики следует учитывать при развитии личного бренда руководителя?
26. Каким образом умение работать в команде помогает формировать личный бренд руководителя?
27. Как важна персональная автентичность в процессе управления личным брендом руководителя?
28. Каким образом личный бренд руководителя может повлиять на восприятие его компанией или брендом?
29. Какие шаги необходимо предпринять для начала развития своего собственного личного бренда?

## 5.2. Темы письменных работ

### Раздел 1. Построение личного бренда

1. Влияние социальных сетей на построение личного бренда
2. Роль личного стиля в формировании имиджа
3. Успешные стратегии продвижения личного бренда в современном мире
4. Импортанс самопрезентации: как правильно выстраивать свой образ
5. Почему важно создавать ценности вокруг своего бренда?
6. Использование личного бренда для достижения карьерных целей
7. Оценка эффективности мероприятий по построению личного бренда
8. Мифы и реальность вокруг понятия личного бренда
9. Поддержка и развитие личного бренда в долгосрочной перспективе

### Раздел 2. Управление личным брендом руководителя

1. Влияние лидерства на формирование личного бренда руководителя
2. Мастерство в общении: важные навыки для управления личным брендом руководителя
3. Эффективное использование социальных медиа в построении личного бренда руководителя
4. "Роль личного бренда в привлечении и удержании талантов в компании"
5. Влияние личного бренда на взаимоотношения руководителя и подчинённых.
6. Управление репутацией: стратегии поддержания и защиты личного бренда руководителя
7. Оценка влияния личного бренда руководителя на исполнение компании и достижение целей
8. Синергия личного бренда руководителя с корпоративной культурой компании
9. Использование публичных выступлений и мероприятий для укрепления личного бренда руководителя
10. Анализ случаев успешного управления личным брендом руководителя в современном бизнесе.

## 5.3. Фонд оценочных средств / Комплект оценочных материалов

Комплект оценочных материалов дисциплины "Развитие и управление личным брендом руководителя" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Комплект оценочных материалов "Развитие и управление личным брендом руководителя" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

## 5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, тестирование, решение ситуационных задач, доклад, реферат

## РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## **РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Предлагаемые рекомендации оказывают методическую помощь при самостоятельном изучении дисциплины. Рекомендуется такая последовательность: ознакомиться с содержанием программы дисциплины; изучить и законспектировать соответствующие темы рекомендуемой литературы. Кроме того, целесообразно ознакомиться с новыми статьями специальных журналов и сборников.

Учитывая тот факт, что изучение дисциплины предусматривает кропотливую работу и содержательное обсуждение вопросов на семинарских занятиях, именно во время самостоятельной работы студент углубляет понимание проблем, активизирует самостоятельный поиск, систематизирует накопленный опыт аналитико-синтетической работы, закладывает основы качественной подготовки докладов, сообщений, рефератов, как по собственным интересам, так и по заданию преподавателя.

Обязательной формой индивидуальной работы является подготовка студентом 2 и более рефератов или презентаций (по одному из двух разделов, предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины), согласно перечню тем индивидуальных работ, с последующим докладом на семинаре.

Выполнение индивидуальной работы проверяет и оценивает руководитель семинарских занятий.

Реферат (от лат. *referre* – докладывать, сообщать) – краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Содержание реферата включает в себя:

1. Титульный лист оформляется в соответствии с требованиями к научным работам;
2. Содержание/оглавление дает представление о логике и структуре работы;
3. Введение должно содержать обоснование значимости проблемы или опасности игнорирования данной темы в обществе и семье. Введение включает в себя формулировку цели, задач работы, описание актуальности и практической значимости проблемы, теоретический обзор выбранной темы с указанием степени ее разработанности на современном этапе;
4. Основная часть должна содержать раскрытие темы работы и может делиться на разделы/главы, подразделы, согласно логике исследуемой темы и объему представленного материала;
5. Заключительная часть должна включать выводы, к которым пришел автор в результате исследования, а также самоанализ в виде описания трудностей, возникших при исследовании выбранной тематики;
6. Список использованной литературы оформляется в соответствии с требованиями к научным работам и должен составлять не менее 8-10 наименований;
7. Работа может содержать словарь/гlossарий и приложения.

Помимо четко изложенного и структурированного материала, обязательно наличие выводов по каждому параграфу и общих по всей работе. Цитирование работ отдельных авторов необходимо приводить со ссылкой на источники их опубликования, что приводятся в конце работы в списке использованной литературы. Объем реферата должен составлять 15-20 страниц печатного текста через 1,5 интервала, 14 шрифтом Times New Roman, параметры полей страницы: левое – 30 мм, верхнее, нижнее, правое – 20 мм, отступ абзаца – 1,25 см.

Доклад реферата в виде мультимедийной презентации представляется в виде основных тезисов на 5-7 минут по результатам исследованной в реферате темы с демонстрацией иллюстративного и/или наглядного материала.

Тематика рефератов, их структура и критерии оценивания представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Управление производительностью и эффективностью в организациях»

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

#### Методические рекомендации к семинарским занятиям

При подготовке к семинарским занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы учебной дисциплины. В ходе подготовки к семинарским занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные вопросы. В течение семинарского занятия обучающемуся необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

Рекомендации по работе с литературой. Теоретический материал учебной дисциплины становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучаются и книги. Легче освоить дисциплину, придерживаясь одного учебника и конспекта. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться состояния понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью рекомендуется после изучения очередного параграфа выполнить несколько простых упражнений на данную тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе следующие вопросы (и попробовать ответить на них): о чем этот параграф, какие новые понятия введены, каков их смысл, что даст это на практике?