

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение инклюзивного  
высшего образования**

**«Московский государственный гуманитарно-экономический университет»**

Факультет социологии и журналистики  
Кафедра журналистики и редакционно-издательских технологий

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. проректора по организации  
образовательной деятельности

Пузанкова Е.Н.



26.08.2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ**

образовательная программа направления подготовки

**42.03.03 Издательское дело**

**Б.1.В.ДВ.02.02**

Дисциплины (модули). Вариативная часть,  
дисциплины по выбору

Профиль подготовки

**Книгоиздательское дело**

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения очная

Курс 3 семестр 6

Москва  
2019

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления (специальности) 42.03.03 «Издательское дело», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 525 от «08» июня 2017 года (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «29» июня 2017г. № 47235), профессионального стандарта 11.006 «Редактор средств массовой информации», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. №538 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014г., рег. №33899).

Составители рабочей программы: Федоров Андрей Олегович, доцент кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий Московского государственного гуманитарно-экономического университета

место работы, занимаемая должность



подпись

Федоров А.О.

Ф.И.О.

« 25 » 08 2019 г.

Дата

**Рецензент:** МГГЭУ, доцент кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий Холодных Галина Викторовна.

место работы, занимаемая должность



подпись

Холодных Г.В. «25» 08 2019 г.

Ф.И.О.

Дата

Рабочая программа утверждена на заседании факультет социологии и журналистики (протокол № 1 от «26» 08 2019 г.)

Заведующий кафедрой



подпись

Тюрина Л.Г.

Ф.И.О.

26.08.2019 г.

Дата

СОГЛАСОВАНО

Начальник

Учебного отдела

«26» 08 2019 г.

(дата)



(подпись)

Дмитриева И. Г.

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО

И.о. декана

факультета

«26» 08 2019 г.

(дата)



(подпись)

Федоров А.О.

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО

Зав. библиотекой

«26» 08 2019 г.

(дата)



(подпись)

Ахтырская В.А.

(Ф.И.О.)

РАССМОТРЕНО  
ОДОБРЕНО И  
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИМ  
СОВЕТОМ МРТУ  
№ 08 от 30.08.2019

## 1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе, требования к уровню освоения содержания дисциплины

### 1.2. Цели и задачи изучения дисциплины

**Цель** преподавания дисциплины:

Формирование теоретических основ, навыков организации и проведения экспертных исследований в книжном бизнесе.

**Основные задачи** курса:

- организация и проведение экспертных исследований в отрасли книжного дела;
- прогнозирование и оценка эффективности экспертных исследований;
- разработки конкурентных преимуществ предприятия книжного дела на основе анализа результатов экспертно-социологических и маркетинговых исследований.

### 1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- объект, предмет, основные задачи и методологические основы курса,
- некоторые экономические и организационные основы издательского дела,
- теорию, суть, структуру и содержание процесса маркетинговых исследований в книжном деле,
- современные организационные формы проведения социологических исследований в области книжного бизнеса.

**Уметь**:

- выбирать адекватные подходы и методы исследования и оценивая книжного рынка, модифицировать существующие и разрабатывать новые методы, исходя из предмета и задач конкретного исследования,
- интерпретировать полученные результаты, осмысливать их с учетом объективной реальности,
- использовать новейшие информационные технологии применительно к практике.

**Быть способным**:

- проводить экспертно-маркетинговые исследования в области книжного бизнеса,
- использовать результаты исследований в оценочной и научно-практической деятельности.

**Владеть компетенциями:**

Код компетенции	Наименование результата обучения
ПК-3	Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах медиа и координировать редакционно- издательский процесс
ПК-6	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела

### 1.3. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Экспертные оценки» является элементом вариативной части математического и естественнонаучного цикла Б. 2, и относится к модулю «Естественнонаучный и тематический». Дисциплина изучается студентами на первом курсе обучения для получения квалификации (степени) бакалавр после усвоения предметов гуманитарного, социального и экономического цикла: «История книжного дела»; математического и естественнонаучного цикла: «Концепции современного естествознания».

Результаты обучения используются при прохождении производственных, практик и при написании выпускной квалификационной работы.

## 2. Содержание дисциплины

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

*Семестр – 2, вид отчетности – зачет с оценкой.*

№ темы	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Тема 1. Экспертные оценки. Основные понятия	Общая характеристика. Экспертные опросы, проводимые в несколько туров. Метод коллективной генерации идей. Порядок проведения экспертных опросов и содержание их отдельных этапов.	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания, коллоквиум
2	Тема 2. Содержание и направления экспертных исследований	Цели, задачи и основные понятия экспертных исследований. Маркетинговая информационная система: назначение, задачи. Основные источники внешней и внутренней маркетинговой информации. Опыт организации маркетинговых исследований в области книжного бизнеса. Организация работы с фирмами, осуществляющими экспертно-маркетинговое консультирование.	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания, коллоквиум
3	Тема 3. Исследование книжного рынка	Виды рыночного спроса и его определение. Первичный спрос, текущий спрос, рыночный потенциал. Подходы к изучению рынков. Емкость рынка, рыночных сегментов, тенденции изменения рынка, уровень насыщения рынка. Факторы, определяющие успех книжных товаров у покупателей. Выявление направлений совершенствования ассортимента книжных товаров. Изучение направлений улучшения полиграфического исполнения, оформления печатных изданий.	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания, коллоквиум
4	Тема 4. Изучение и оценка потребителей	Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение отношений. Отношения и подходы к их изучению. Изучение отношения к компании. Изучение отношения потребителей к определенному виду книжных товаров. Изучение системы ценностей потребителей. Изучение уровня	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, коллоквиум

		удовлетворения запросов потребителей. Определение влияния степени удовлетворенности товаром на лояльность к его марке. Изучение намерений потребителей, принятие решений о покупке. Изучение поведения потребителей при покупке и после нее. Определение факторов успеха нового издания.	
5	Тема 5. Изучение цен на книжные товары	Влияние макроэкономических факторов на ценообразование. Факторы чувствительности потребителей к ценам. Эластичность спроса по цене. Организация мониторинга цен. Статистика цен, цена и конкурентоспособность книжных товаров.	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания, коллоквиум
6	Тема 6. Экспертные оценки основных проблем книжного рынка	Категории книготорговых предприятий. Негативные факторы и проблемы в книжном бизнесе. Отсутствие спроса на книгу. Высокие цены на книги. Проблемы взаимодействия с издательствами и поставщиками. Проблемы информационного характера. Качество книжной продукции. Проблемы с кадрами. Проблемы с площадями. Финансовые проблемы. Организационные проблемы с вышестоящими органами.	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, коллоквиум
7	Тема 7. Экспертные предложения по совершенствованию книжного рынка	Пропаганда книжной продукции. Финансовая помощь магазинам. Финансовая помощь издательствам. Инициирование мероприятий на федеральном уровне. Снижение арендной платы и НДС. Повышение заработной платы в книжной торговле. Организационная помощь. Информационная поддержка. Запрет на закрытие книжных магазинов.	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания, коллоквиум
8	Тема 8. Оценка конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	Привлекательность отрасли и конкурентная борьба внутри нее. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции. Исследование и оценка конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности. Исследование и оценка конкурентоспособности фирмы в целом.	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания, коллоквиум

### 3. Структура дисциплины

Вид работы	Трудоемкость, часов	
	2 семестр	Всего
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Аудиторная работа:</b>	<b>26</b>	<b>26</b>

Лекции (Л)	6	6
Лабораторные	8	8
Практические занятия (ПЗ)	12	12
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>46</b>	<b>46</b>
Подготовка и сдача экзамена	-	-
<b>Вид итогового контроля</b>	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

#### 4. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам

Темы дисциплины, изучаемые во 2 семестре

№ темы	Наименование тем	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеауд. работа СР
			Л	ПЗ	
1	Тема 1. Экспертные оценки. Основные понятия	10	2	2	4
2	Тема 2. Содержание и направления экспертных исследований	10	2	4	4
3	Тема 3. Исследование книжного рынка	10	2	2	4
4	Тема 4. Изучение и оценка потребителей	10			4
5	Тема 5. Изучение цен на книжные товары	6			4
6	Тема 6. Экспертные оценки основных проблем книжного рынка	4		2	10
7	Тема 7. Экспертные предложения по совершенствованию книжного рынка	10		1	10
8	Тема 8. Оценка конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	12		1	6
	<i>Всего:</i>	72	6	12	46

### 5. Тематический план учебной дисциплины

Наименование тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа студентов, курсовая работа (проект)	Объем часов	Образовательные технологии	Формируемые компетенции/ уровень освоения*	Формы текущего контроля
1	2	3	4	5	6
		Часов			
Тема 1. Экспертные оценки. Основные понятия	<b>Лекции</b>	2	Вводная лекция	ПК-3; ПК-6	Фронтальный опрос, беседа
	Общая характеристика. Экспертные опросы, проводимые в несколько туров. Метод коллективной генерации идей. Порядок проведения экспертных опросов и содержание их отдельных этапов.				
	<b>Практические занятия</b>	4	Практическое занятие	ПК-3; ПК-6	Индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания
	Экспертные опросы, проводимые в несколько туров. Метод коллективной генерации идей. Порядок проведения экспертных опросов и содержание их отдельных этапов.				
<b>Самостоятельная работа студента</b>	8	Собеседование, индивидуальная работа	ПК-3; ПК-6	Беседа	
Порядок проведения экспертных опросов и содержание их отдельных этапов.					
Тема 2. Содержание и направления экспертных исследований	<b>Лекции</b>	2	Лекция-информация	ПК-3; ПК-6	Фронтальный опрос, беседа
	Цели, задачи и основные понятия экспертных исследований. Маркетинговая информационная система: назначение, задачи. Основные источники внешней и внутренней маркетинговой информации. Опыт организации маркетинговых исследований в области книжного бизнеса. Организация работы с фирмами, осуществляющими экспертно-маркетинговое консультирование.				
	<b>Практические занятия</b>	4	Коллоквиумы-собеседования	ПК-3; ПК-6	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания, беседа, коллоквиум
	Источники внешней и внутренней маркетинговой информации. Организация маркетинговых исследований в области книжного бизнеса. Организация работы с фирмами, осуществляющими экспертно-маркетинговое консультирование.				
<b>Самостоятельная работа студента</b>	8	Собеседование, индивидуальная работа	ПК-3; ПК-6	Беседа	
Маркетинговая информационная система: назначение, задачи.					

Тема 3. Исследование книжного рынка	<b>Лекции</b>	2	Лекция-информация	ПК-3; ПК-6	Фронтальный опрос, беседа, творческие задания			
	Виды рыночного спроса и его определение. Первичный спрос, текущий спрос, рыночный потенциал. Подходы к изучению рынков. Емкость рынка, рыночных сегментов, тенденции изменения рынка, уровень насыщения рынка. Факторы, определяющие успех книжных товаров у покупателей. Выявление направлений совершенствования ассортимента книжных товаров. Изучение направлений улучшения полиграфического исполнения, оформления печатных изданий.							
	<b>Практические занятия</b>			ПК-3; ПК-6		Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа		
	Подходы к изучению рынков. Факторы, определяющие успех книжных товаров у покупателей. Выявление направлений совершенствования ассортимента книжных товаров. Изучение направлений улучшения полиграфического исполнения, оформления печатных изданий.							
<b>Самостоятельная работа</b>	10	Собеседование, индивидуальная работа	ПК-3; ПК-6	Беседа				
Виды рыночного спроса и его определение.								
Тема 4. Изучение и оценка потребителя	<b>Практические занятия</b>	4	Практическое занятие	ПК-3; ПК-6	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания			
	Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей. Направления изучения потребителей. Изучение отношений. Отношения и подходы к их изучению. Изучение отношения к компании. Изучение отношения потребителей к определенному виду книжных товаров. Изучение системы ценностей потребителей. Изучение уровня удовлетворения запросов потребителей. Определение влияния степени удовлетворенности товаром на лояльность к его марке. Изучение намерений потребителей, принятие решений о покупке. Изучение поведения потребителей при покупке и после нее. Определение факторов успеха нового издания.							
	<b>Самостоятельная работа</b>			10		Собеседование, индивидуальная работа	ПК-3; ПК-6	Беседа
	Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей. Направления изучения потребителей.							

Тема 5. Изучение цен на книжные товары	<b>Практические занятия</b>		4	Практическое занятие		Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания
	Влияние макроэкономических факторов на ценообразование. Факторы чувствительности потребителей к ценам. Эластичность спроса по цене. Организация мониторинга цен. Статистика цен, цена и конкурентоспособность книжных товаров.					
	<b>Самостоятельная работа</b> Влияние макроэкономических факторов на ценообразование.					
Тема 6. Экспертные оценки основных проблем книжного рынка	<b>Лекции</b>		10	Собеседование, индивидуальная работа	ПК-3; ПК-6	Беседа
	Категории книготорговых предприятий. Негативные факторы и проблемы в книжном бизнесе. Отсутствие спроса на книгу. Высокие цены на книги. Проблемы взаимодействия с издательствами и поставщиками. Проблемы информационного характера. Качество книжной продукции. Проблемы с кадрами. Проблемы с площадями. Финансовые проблемы. Организационные проблемы с вышестоящими органами.					
	<b>Практические занятия</b>		2	Лекция-информация	ПК-3; ПК-6	Фронтальный опрос, беседа
	Отсутствие спроса на книгу. Высокие цены на книги. Проблемы взаимодействия с издательствами и поставщиками. Проблемы информационного характера. Качество книжной продукции. Проблемы с кадрами. Проблемы с площадями. Финансовые проблемы. Организационные проблемы с вышестоящими органами.					
	<b>Самостоятельная работа</b> Категории книготорговых предприятий. Негативные факторы и проблемы в книжном бизнесе.					
Тема 7. Экспертные предложения по совершенствованию книжного	<b>Лекции</b>		10	Собеседование, индивидуальная работа	ПК-3; ПК-6	Беседа
	Пропаганда книжной продукции. Финансовая помощь магазинам. Финансовая помощь издательствам. Инициирование мероприятий на федеральном уровне. Снижение арендной платы и НДС. Повышение заработной платы в книжной торговле. Организационная помощь. Информационная поддержка. Запрет на закрытие книжных магазинов.					
	<b>Практические занятия</b>		2	Практикум		Фронтальный опрос, беседа

рынка	Пропаганда книжной продукции. Организационная помощь. Информационная поддержка.	8	Собеседование, индивидуальная работа	ПК-6	ПК-3;	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания, коллоквиум
	<b>Самостоятельная работа</b>					
Тема 8. Оценка конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	Пропаганда книжной продукции. Финансовая помощь магазинам. Финансовая помощь издательствам.	2	Лекция-информация	ПК-6	ПК-3;	Фронтальный опрос, беседа,
	<b>Лекции</b>					
	Привлекательность отрасли и конкурентная борьба внутри нее. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции. Исследование и оценка конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности. Исследование и оценка конкурентоспособности фирмы в целом.					
	<b>Практические занятия</b>					
	Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции. Исследование и оценка конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности. Исследование и оценка конкурентоспособности фирмы в целом.					
	<b>Самостоятельная работа</b>					
Привлекательность отрасли и конкурентная борьба внутри нее. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции.	8	Собеседование, индивидуальная работа	ПК-6	ПК-3;	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, проверка домашнего задания, беседа, творческие задания	
<b>Самостоятельная работа</b>						Беседа
<b>Всего:</b>		Часов / 108				

\* В таблице уровень усвоения учебного материала обозначен цифрами:

1 – репродуктивный (освоение знаний, выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

2 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач; применение умений в новых условиях);

3 – творческий (самостоятельное проектирование экспериментальной деятельности; оценка и самооценка инновационной деятельности).

## 6. Образовательные технологии

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

Семестр	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
2	Л	Проблемная лекция, обзорная лекция	6
	Лаб	Лабораторная	8
	ПР	Практическое занятие в форме практикума, деловая игра	12
Итого:			26

## 7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

### 7.1. Организация входного, текущего и промежуточного контроля обучения

**Входной контроль** представляет собой тест по проверке знаний по издательскому делу и смежным дисциплинам. Тест направлен на выявление исходного уровня представлений о современном издательском деле. Входной контроль проводится на первом занятии в течение 25-30 минут.

**Текущий контроль** проводится преподавателем на каждом занятии. Он представляет собой опрос и проверку заданий, как выполненных студентами самостоятельно, так и совместно на занятиях. Текущий контроль осуществляется по всем темам обучения дисциплине. В некоторых случаях контроль может осуществляться в форме мониторинга и завершаться исправлением допущенных студентами ошибок, письменными либо устными рекомендациями.

**Промежуточный контроль** – по итогам изучения дисциплины студенты сдают зачет с оценкой. К зачёту допускаются студенты, отчитавшиеся по всем предусмотренным программой формам текущего контроля.

### 7.2. Организация контроля:

- Входной контроль – тестирование.
- Текущий контроль – устный опрос, фронтальный опрос, коллоквиум-собеседование, проверка домашнего задания, контрольно-проверочная работа.
- Промежуточная аттестация – дифференцированный зачёт (зачёт с оценкой).

### 7.3. Тематика рефератов, проектов, творческих заданий, эссе и т.п.

Не предусмотрена

### 7.4. Курсовая работа

Не предусмотрена

### 7.5. Вопросы к дифференцированному зачёту

1. Цели, задачи и основные понятия экспертных исследований.
2. Маркетинговая информационная система: назначение, задачи.
3. Основные источники внешней и внутренней маркетинговой информации.
4. Опыт организации маркетинговых исследований в области книжного бизнеса.
5. Организация работы с фирмами, осуществляющими экспертно-маркетинговое консультирование.
6. Порядок проведения экспертных опросов и содержание их отдельных этапов.
7. Виды рыночного спроса и его определение.

8. Емкость рынка, рыночных сегментов, тенденции изменения рынка, уровень насыщения рынка.
9. Факторы, определяющие успех книжных товаров у покупателей.
10. Выявление направлений совершенствования ассортимента книжных товаров.
11. Изучение направлений улучшения полиграфического исполнения, оформления печатных изданий.
12. Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей.
13. Направления изучения потребителей.
14. Изучение отношений. Отношения и подходы к их изучению. Изучение отношения к компании. Изучение отношения потребителей к определенному виду книжных товаров.
15. Изучение системы ценностей потребителей. Изучение уровня удовлетворения запросов потребителей.
16. Изучение намерений потребителей, принятие решений о покупке. Изучение поведения потребителей при покупке и после нее.
17. Определение факторов успеха нового издания.
18. Влияние макроэкономических факторов на ценообразование.
19. Организация мониторинга цен. Статистика цен, цена и конкурентоспособность книжных товаров.
20. Категории книготорговых предприятий.
21. Негативные факторы и проблемы в книжном бизнесе.
22. Проблемы взаимодействия с издательствами и поставщиками.
23. Организационные проблемы с вышестоящими органами.
24. Пропаганда книжной продукции.
25. Финансовая помощь магазинам.
26. Финансовая помощь издательствам.
27. Привлекательность отрасли и конкурентная борьба внутри нее.
28. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции.
29. Исследование и оценка конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности.
30. Исследование и оценка конкурентоспособности фирмы в целом.

#### **7.6. Критерии оценки**

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, который полно излагает изученный материал, дает правильное определение понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры, взятые как из источников, так и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения издательского дела.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, который дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1 - 2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1 - 2 недочета в последовательности излагаемого.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, который обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в оформлении излагаемого.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, который обнаруживает незнание большей части соответствующей темы изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «неудовлетворительно» отмечает такие недостатки

в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

## 8. Сведения о материально-техническом обеспечении дисциплины

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1	Лекционная аудитория	Схемы к лекционным материалам, раздаточный материал, таблицы и другой материал, позволяющий сократить время на теоретическое изложение.
2	Компьютерный класс	Компьютерный класс с выходом в Интернет для работы с базами данных и иными источниками информации.

## 9. Самостоятельная работа

Самостоятельная работа наряду с аудиторной представляет собой одну из форм учебного процесса и является существенной его частью.

Под самостоятельной учебной работой понимается любая организованная на выполнение поставленной дидактической цели педагогическая деятельность в специально отведенное для этого время: поиск знаний, их осмысление, закрепление, формирование и развитие умений и навыков, обобщение и систематизация знаний.

Процесс самостоятельной работы студента при его обучении в вузе должен быть управляемым, то есть планируемым и контролируемым, что и определяет ведущую роль преподавателя при организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине. Роль преподавателя в организации внеаудиторной самостоятельной работы заключается в планировании, организации, консультировании, обучении студентов методам познания учебного материала.

В вузе существуют различные виды самостоятельной работы: подготовка к лекциям, семинарам, лабораторным работам, зачетам, экзаменам; выполнение рефератов, заданий, курсовых работ и проектов, подготовка доклада к конференции, подготовка тезисов к публикации, участие в НИРС, подготовка наглядных пособий, выполнение выпускной квалификационной работы.

Механизм планирования и осуществления самостоятельной работы студентов должен заключаться в использовании методов обучения, учитывающих состояние здоровья студентов, возможности медицинской и психологической поддержки.

Как показывает практика МГГЭУ, для студентов с нарушением ОДС необходима в той или иной степени индивидуализация обучения. Особенности заболевания студента переносят центр тяжести в организации самостоятельной работы на индивидуальную работу студента с преподавателем в прямом контакте для дополнительных разъяснений и консультаций. Постоянное консультативное сопровождение учебного процесса преподавателями является составной частью технологии обучения студентов-инвалидов.

Основная цель современного образования студентов с нарушением опорно-двигательной системы - интеграция инвалидов в общество. Для этого необходимо развитие тех возможностей и способностей личности обучаемого, которые нужны и ей и обществу. Поэтому образование инвалидов должно также обеспечивать возможность эффективного самообразования.

У многих студентов с ОВЗ появляется ощущение неуверенности в себе, иллюзия, связанная с робостью и ленью. Поэтому необходимо построить учебный процесс таким образом, чтобы изучаемые предметы представлялись в высшей степени необходимыми и достижимыми, но требующими серьезного труда и упорства. В учебном процессе преподаватель должен обратить особое внимание на стимулирование активности и самостоятельности студентов, должен развивать у них положительную мотивацию в преодолении трудностей.

На индивидуально ориентированных дополнительных занятиях студент-инвалид учится преодолевать психологические барьеры в общении с различными людьми, совершенствовать качество своей личности: устранять те из них, которые препятствуют эффективному исполнению профессиональных функций, например, замкнутость, несдержанность, стеснительность и т.п.

Один из главных подходов в организации высшего образования студентов с ОВЗ заключается в интенсивной, а затем постепенно убывающей помощи студентам в освоении методов обучения и самообучения.

Известно, что студенты сталкиваются с большими затруднениями при самостоятельном отборе содержательного материала, подлежащего усвоению. У студентов-инвалидов степень самостоятельности еще более ослаблена. Поэтому для них необходима помощь психологического и логико-методологического характера. Необходимы также знания о самой учебной деятельности, в том числе обобщенные знания о содержании изучаемых предметов в их взаимодействии, а также пути достижения поставленных мировоззренческих, культурных и профессиональных целей.

Можно выделить следующие основные принципы построения самостоятельной работы студентов-инвалидов:

- принцип систематичности и последовательности, требующий логичности построения самостоятельной работы при изучении учебных дисциплин, усиливается возвращением к учебному материалу на дополнительном уровне;

- принцип адаптации к предмету, т.е. доступность и наглядность его изложения на дополнительных занятиях в рамках самостоятельной работы, дозирование информационной ёмкости изложения;

- принцип дифференциации материала, конкретизированный объективными и индивидуальными особенностями студентов-инвалидов;

- принцип преемственности с различными видами образования и самообразования, сочетания формального и неформального образования;

- принцип оптимального использования информационных технологий, ориентированный на дозированное применение компьютерной техники.

- принцип использования учебно-материальной базы вуза на дополнительных занятиях (лаборатории, кабинеты, стенды и т.п.).

При самостоятельной работе в рамках учебного процесса есть и определенная специфика в методах объяснения учебного материала. Прежде всего, невзирая на затраты времени, преподаватель добивается, чтобы студент понял и усвоил материал, который он изложил на основном занятии. При этом преподаватель обязан обеспечить логическую связь изложенного дополнительного материала с основным. Основное требование к преподавателям - это полнота материала и четкость изложения. В данном случае необходимо учитывать то обстоятельство, что количество сложной для восприятия учебной информации должно снижаться в зависимости от степени сложности.

Для студентов-инвалидов с заболеванием ОДС необходимо использовать при самостоятельной работе под руководством преподавателя средства зрительной наглядности: модели, макеты, плакаты, таблицы, схемы, графики, различные ТСО и носители информации к ним. Таким образом, применение для целей индивидуального обучения в рамках самостоятельной работы разнообразных технических средств и наглядной информации - одна из наиболее характерных черт развития методики обучения лиц ОВЗ.

Самостоятельная работа предназначена не только для овладения каждой дисциплиной, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще - в учебной, научной, профессиональной деятельности; для приобретения способности принимать на себя ответственность, самостоятельно решать проблему, находить конструктивные решения, выход из кризисной ситуации и т.д.

## **8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **10.1. Основная литература**

1. Боброва, Е.И. Репрезентация научных и учебных изданий в процессе производства и распространения цифрового и печатного контента : практическое руководство / Е.И. Боброва. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2015. - 32 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041728>

### **в. Дополнительная литература**

1. Сурикова, Т. И. Литературное редактирование текстов средств массовой информации : учеб. пособие / Т.И. Сурикова. — Москва : ИНФРА-М, 2017. — 152 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <https://znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25134](http://www.dx.doi.org/10.12737/25134). - ISBN 978-5-16-105377-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/761154>

### **10.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины для организации самостоятельной работы студентов**

- Электронная библиотека «Знаниум»: <https://new.znanium.com>

1. [www.redaktoram.ru](http://www.redaktoram.ru) – портал об издательском деле и редактировании
2. <http://www.ifap.ru/library/gost/sibid.htm> - система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу.
3. [www.bookchamber.ru](http://www.bookchamber.ru) – сайт Российской книжной палаты/ филиал ИТАР-ТАСС
4. [www.pro-books.ru](http://www.pro-books.ru) – портал о книжном бизнесе
5. [www.medien.ru](http://www.medien.ru) – сайт для авторов и издателей
6. [www.readrate.com](http://www.readrate.com) – книжный сервис, сервис для тех, кто читает