

**Общество с ограниченной ответственностью «Академия
Мануальной Терапии»**

Утверждено
приказом № 1 от «27» июня 2023 г.
Директор ООО «Академия Мануальной
Терапии»
Н.В. Елисева



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОЙ
НАПРАВЛЕННОСТИ
«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНИКИ ПРОДАЖ»**

г. Уфа - 2023 г.

Содержание программы

| Наименование разделов программы | Страница |
|---|-----------------|
| Пояснительная записка | 3 |
| Календарный учебный график | 6 |
| Учебный план | 7 |
| Содержание рабочих программ учебных дисциплин | 8 |
| Условия реализации программы | 14 |
| Формы аттестации | 15 |
| Методические рекомендации | 16 |

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная общеразвивающая программа «Современные техники продаж» (далее - программа) направлена на удовлетворение индивидуальных потребностей, обучающихся в интеллектуальном развитии, создание и обеспечение необходимых условий для личностного развития, удовлетворение иных образовательных потребностей и интересов обучающихся, не противоречащих законодательству Российской Федерации, осуществляемых за пределами федеральных государственных образовательных стандартов и федеральных государственных требований.

Дополнительная общеразвивающая программа по виду образования – дополнительное образование, подвид – дополнительное образование детей и взрослых, направленность программы - социально-гуманитарная.

Вид программы - модифицированная.

Дополнительная общеразвивающая программа разработана на основе следующих нормативных правовых документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Приказа Минпросвещения России от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» (Зарегистрировано в Минюсте России 26.09.2022 № 70226).

Техники продаж – это пошаговый план действий, который помогает сотрудникам компании взаимодействовать с потребителем для заключения сделок.

Актуальность дополнительной общеразвивающей программы заключается в существовании большого количества научных трудов, которые посвящены проблеме выбора и применения теоретических техник продаж. Однако вопрос выбора оптимальной модели оценки финансовых активов по-прежнему является нерешенным. Несомненно, актуальность выбранной темы с развитием продаж в Российской Федерации и ростом интересов российских компаний будет возрастать.

Новизна дополнительной общеразвивающей программы заключается в том, что в её основе положена концепция приобщения обучающихся к основам техник продаж, идея использования в обучении собственной активности обучающихся, что дает возможность эффективно решать задачу развития обучающегося.

Педагогическая целесообразность программы состоит в формировании устойчивого интереса обучающихся не только к техникам продаж, но и к личностному самосовершенствованию, художественно-творческой и коммуникативной деятельности, и помогают приобрести социальный опыт, дают необходимые знания, развивают определенные навыки и умения, создают условия для творческого самовыражения

личности.

Адресат программы.

Программа рассчитана на взрослое население, от 18 лет. Без предъявления требований к уровню образования и стажу работы.

Нормативный срок обучения – 42ч.

Продолжительность обучения- 7 дней.

Режим занятий: 5 дневная рабочая неделя, продолжительность 1 занятия – 45 минут, с перерывом не менее 10 минут, продолжительность занятий не более 6 часов в день.

Форма обучения – очная.

Форма занятий – групповая. В группе до 6 человек.

Итоговый документ не выдается.

Формы организации образовательного процесса.

В процессе работы используются различные формы занятий: традиционные, практические занятия, лекции, мастер-классы. Для решения поставленных задач используются общепедагогические методы:

- проблемно-поисковый;
- объяснительно-иллюстрированный;
- эврический;
- модульный.

В программу включена информация, способная вызвать познавательный интерес у обучающихся вне зависимости от выбранного ими дальнейшего направления профессионального обучения.

В программе значительное место отводится практическим занятиям, необходимым для овладения навыками продаж.

Цель дополнительной общеразвивающей программы – освоение слушателями современных подходов, приемов и методов управления продажами в различных сферах.

Задачи программы:

1. Изучение содержания, структуры процесса управления продажами.
2. Освоение современных теоретических и практических методов, применяемых в управлении продажами.
3. Формирование соответствующих практических навыков, направленных на моделирование, максимально эффективное управление и контроль за продажами товаров и услуг.

Планируемые результаты освоения программы:

В результате освоения программы слушатели должны:

Знать:

- базовые понятия и принципы управления продажами, общую схему процесса продаж;
- алгоритм формирования эффективных рекламных кампаний и обращений к покупателям;
- техники и приемы продаж, используемые при работе с клиентами.

Уметь:

-применять различные стратегии продаж;

-организовывать персональные продажи и управлять отношениями с ключевыми клиентами;

-применять современные информационные технологии при организации продаж;

-разрабатывать порядок и процесс прогнозирования объемов продаж;

Владеть:

-технологией продажи товаров;

-методами личных продаж;

-методами прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей.

Дополнительная общеразвивающая программа формирует общие представления о специфике техники продаж, ее классификации и задачи.

2.КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

| № | Наименование дисциплины | Всего часов | Период обучения |
|----------|--|--------------------|------------------------|
| 1. | Организация продаж на розничном и оптовом предприятии | 12 | 1-2 день обучения |
| 2. | Управление клиентской базой и IT технологии в продажах | 12 | 3-4 день обучения |
| 2. | Технологии продаж. Активные продажи | 18 | 5-7 день обучения |
| | Итого | 42 | |

3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Форма обучения очная, нормативный срок обучения – 42ч.

Продолжительность занятий – теоретического и практического занятия составляет 1 академический час (45 минут).

| № | Наименование дисциплины | Количество часов | | | Форма контроля |
|----|--|------------------|----|----|------------------------|
| | | Всего | ТЗ | ПЗ | |
| 1. | Организация продаж на розничном и оптовом предприятии | 12 | 6 | 6 | Промежуточный контроль |
| 2. | Управление клиентской базой и IT технологии в продажах | 12 | 6 | 6 | Промежуточный контроль |
| 3. | Технологии продаж. Активные продажи | 18 | 10 | 8 | Промежуточный контроль |
| | Итого | 42 | 22 | 20 | |

ТЗ- теоретические занятия, ПЗ- практические занятия

5. СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧИХ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН

5.1. Рабочая программа учебной дисциплины «Организация продаж на розничном и оптовом предприятии»

Цели учебной дисциплины: освоение практических навыков и знаний процесса управления продажами в компании.

Задачи учебной дисциплины: изучение методов анализа, планирования, разработки и реализации стратегий продаж, проектирования организационной структуры, управление персоналом службы продаж.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

-Знание базовых принципов в управлении продажами и понимание места продаж в деятельности организации.

-Знание современных тенденций в маркетинге и продажах и способов организации продаж на предприятии.

-Навыки и умения в области построения оптимальной структуры службы продаж в зависимости от рыночных условий.

-Навыки планирования маршрута движения торгового агента.

Учебно-тематический план учебной дисциплины

| № | Наименование темы | Количество часов | | |
|----|---|------------------|----|----|
| | | Всего | ТЗ | ПЗ |
| 1. | Место продаж в процессе управления предприятием | 4 | 2 | 2 |
| 2. | Построение системы продаж | 4 | 2 | 2 |
| 3. | Организация продаж | 2 | 2 | - |
| | Промежуточная аттестация | 2 | - | 2 |
| | Итого | 12 | 6 | 6 |

Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Место продаж в процессе управления предприятием

Теоретические занятия:

Сущность продаж. Тактический и стратегический уровни. Связь продаж и маркетинга. Различия в процессе продаж на рынке.

Практические занятия:

1. Проектирование системы продаж на предприятии.

Тема 2. Построение системы продаж

Теоретические занятия:

Проектирование оптимальной структуры. Комплекс маркетинга. Информационный обмен между маркетингом и продажами. Зонирование продаж и логистики. Структура каналов распределения. Критерии выбора

каналов. Классификация операторов рынка (дилер, дистрибьютор, комиссионер, агент, брокер). Подходы к решению проблемы о количестве посредников в каналах распределения. Формы доведения товаров до потребителя.

Практические занятия:

1. Определение ключевых показателей эффективности продаж.

Тема 3. Организация продаж

Теоретические занятия:

Определение ключевых показателей эффективности продаж. Планирование «сверху» и «снизу». Аналитическая функция маркетинга. Инструментарий для планирования. Документальное сопровождение продаж. Коммерческая политика компании.

Методические рекомендации и пособия по реализации учебной дисциплины

Методическое обеспечение учебной дисциплины включает раздаточный материал, презентации, лекции и перечень практических заданий, направленных на закрепление приобретенных слушателями теоретических знаний по учебной дисциплине «Организация продаж на розничном и оптовом предприятии». В рамках данного курса в качестве основной учебной технологии используются традиционные формы занятий — лекционные и практические. На занятиях слушатели изучают учебный материал и работают над конкретными индивидуальными заданиями. Работа над индивидуальным заданием начинается на практическом занятии и далее продолжается в ходе самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине:

Контрольные задания

Кейс: Проектирование службы продаж.

Кейс: Расчет ключевых показателей в продажах.

Литература по учебной дисциплине:

1. Джоббер Д., Ланкастер Д. Продажи и управление продажами - SELLING & SALES MANAGEMENT: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 622 с.
2. Кондрашов В. М. Управление продажами: учебное пособие. - Юнити-Дана, 2012. — 320 с.
3. Голова А. Г. Управление продажами: учебник. - Издатель: Дашков и Ко, 2013. — 279 с.
4. Олейник К., Иванова С., Болдогоев Д. Всё об управлении продажами. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 331 с.
5. Петров В. Управления розничными продажами. – М.: Лаборатория книги, 2010. — 121 с.
6. Ткаченко Д. Скрипты продаж. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 224 с. Радмило М. Лукич. Управление продажами. – М.: Альпина Паблишер,

5.2. Рабочая программа учебной дисциплины «Управление клиентской базой и IT технологии в продажах»

Цели учебной дисциплины: освоение практических навыков и знаний по формированию клиентской базы.

Задачи учебной дисциплины: изучение методов формирования и управления клиентской базой, работы с ключевыми клиентами, ознакомление с программным обеспечением для организации эффективного управления продажами.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

-Знание программного обеспечения для управления продажами и взаимоотношениями с клиентами.

-Знания возможностей клиентской базы для развития бизнеса компании и управления лояльностью клиентов.

-Навыки выстраивания и управления длительными взаимоотношениями с клиентами при помощи клиентской базы.

Учебно-тематический план учебной дисциплины

| № | Наименование темы | Количество часов | | |
|----|-------------------------------------|------------------|----|----|
| | | Всего | ТЗ | ПЗ |
| 1. | Технология создания клиентской базы | 4 | 2 | 2 |
| 2. | Методы управления клиентской базой | 4 | 2 | 2 |
| 3. | Информационное обеспечение продаж | 2 | 2 | - |
| | Промежуточная аттестация | 2 | - | 2 |
| | Итого | 12 | 6 | 6 |

Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Технология создания клиентской базы

Теоретические занятия:

Анализ бизнес-целей и задач стоящих перед компанией и ее клиентами. Анализ целевой аудитории покупателей продукции или услуг компании. Создание профиля для различных категорий клиентов (с учетом целей и задач компании). Формирование базы данных о клиенте.

Практические занятия:

1. Этапы создания клиентской базы.

Тема 2. Методы управления клиентской базой

Теоретические занятия:

Инструменты анализа и управления «КБ»: коэффициент удержания; коэффициент ротации; коэффициент пожизненной доходности. Сегментирование «КБ». Реализация посредством «КБ» основных функций менеджмента: анализ, планирование, организация, контроль.

Практические занятия:

1. Инструменты анализа и управления клиентской базой.

Тема 3. Информационное обеспечение продаж

Теоретические занятия:

CRM, возможности для анализа, составления отчетности, работы с потенциальными клиентами; аналитика по продажам, наличию и движению товаров, по конкурентам. Создание системы рекомендаций в продажах. Создания специальной информационной формы «карточка клиента» (КК).

Методические рекомендации и пособия по реализации учебной дисциплины

Методическое обеспечение учебной дисциплины включает раздаточный материал, презентации, лекции и перечень практических заданий, направленных на закрепление приобретенных слушателями теоретических знаний по учебной дисциплине «Управление клиентской базой и IT технологии в продажах». В рамках данного курса в качестве основной учебной технологии используются традиционные формы занятий — лекционные и практические. На занятиях слушатели изучают учебный материал и работают над конкретными индивидуальными заданиями. Работа над индивидуальным заданием начинается на практическом занятии и далее продолжается в ходе самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине:

Контрольные задания

Кейс: Разработка алгоритма для создания клиентской базы компании Х.
Кейс: Модель «Алгоритм жизненного цикла клиента в КБ».

Литература по учебной дисциплине:

1. Голова А. Г. Управление продажами: учебник. - Издатель: Дашков и Ко, 2013. — 279 с.
2. Ефимова Д. В., Найденова Л. И., Белолипецкий В. В. Психология делового общения: учебник. - Издатель: ПензГТУ, 2013. - 232 с.
3. Кондрашов В. М. Управление продажами: учебное пособие. - Юнити-Дана, 2012. — 320 с.
4. Трейси Б. Психология продаж. – М.: Попурри, 2014. – 325 с.
5. Петров В. Управления розничными продажами. – М.: Лаборатория книги, 2010. — 121 с.
6. Ткаченко Д. Скрипты продаж. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 224 с.
7. Радмило М. Лукич. Управление продажами. – М.: Альпина Паблишер, 2016.— 211 с.
8. Зайцев М. Г. Методы оптимизации управления для менеджеров: компьютерно-ориентированный подход: учебное пособие. - Издатель: Издательский дом «Дело», 2015. — 313 с.

5.3. Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии продаж. Активные продажи»

Цели учебной дисциплины: освоение практических навыков и знаний по формированию индивидуальной стратегии продаж.

Задачи учебной дисциплины: приобретение новой информации о психологии клиента и технологиях ведения переговоров; освоение эффективных приемов управления процессом презентации товара, владение техниками работы с возражениями, приемами убеждения клиента.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

- Знание этапов ведения переговоров.
- Знание принципов личных и телефонных продаж. Навыки работы с возражениями и презентации товара.
- Навыки использование нейролингвистического программирования (НЛП) при ведении переговоров.

Учебно-тематический план учебной дисциплины

| № | Наименование темы | Количество часов | | |
|----|--------------------------------------|------------------|----|----|
| | | Всего | ТЗ | ПЗ |
| 1. | Технологии продаж | 4 | 2 | 2 |
| 2. | Организация эффективной коммуникации | 8 | 4 | 4 |
| 3. | Методы эффективной презентации | 4 | 4 | - |
| | Промежуточная аттестация | 2 | - | 2 |
| | Итого | 12 | 2 | 2 |

Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Технологии продаж

Теоретические занятия:

Типы технологий продаж: обслуживание, агрессивное продвижение товара, спекулятивная продажа, консультативная продажа. Презентационная модель мотивирования покупателя. Коммуникативная модель мотивирования покупателя. Стартовые ситуации. Техники нейролингвистического программирования, используемые в процессе управления продажами

Практические занятия:

1. Техники эффективных продаж.

Тема 2. Организация эффективной коммуникации

Теоретические занятия:

Цикл контакта. Установление контакта. Основные этапы эффективной коммуникации. Цели каждого из этапов. Методы достижения результатов на каждом этапе. Ориентация в потребностях партнера. Техники постановки вопросов в процессе выявления и подтверждения потребностей клиента.

Практические занятия:

1. Эффективные подходы к презентации в процессе продажи.

Тема 3. Методы эффективной презентации

Теоретические занятия:

Структура и методы торговой презентации, приемы убеждения покупателей. Эффективные подходы к презентации в процессе продажи. Природа сомнений и возражений клиентов. Алгоритм работы с возражениями в активных продажах. Техники и приемы, используемые для снятия возражений покупателей. Универсальные приемы аргументации и убеждения клиентов.

Практические занятия:

1. Подготовка презентации продукта/услуги.

Методические рекомендации и пособия по реализации учебной дисциплины

Методическое обеспечение учебной дисциплины включает раздаточный материал, презентации, лекции и перечень практических заданий, направленных на закрепление приобретенных слушателями теоретических знаний по учебной дисциплине «Организация продаж на розничном и оптовом предприятии».

В рамках данной учебной дисциплины в качестве основной учебной технологии используются традиционные формы занятий – лекционные и практические. На занятиях слушатели изучают учебный материал и работают над конкретными индивидуальными заданиями. Работа над индивидуальным заданием начинается на практическом занятии и далее продолжается в ходе самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине:

Контрольные задания:

1. Процесс принятия решения потребителями, основные этапы и особенности.
2. Основные критерии сбалансированной системы ценностей, воспринимаемой покупателем.
3. Технология продажи, основные этапы и характеристика.
4. Активные и пассивные продажи: преимущества и недостатки.

Литература учебной дисциплины:

1. Голова А. Г. Управление продажами: учебник. - Издатель: Дашков и Ко, 2013. – 279 с.
2. Ефимова Д. В., Найденова Л. И., Белолипецкий В. В. Психология делового общения: учебник. - Издатель: ПензГТУ, 2013. - 232 с.
3. Кондрашов В. М. Управление продажами: учебное пособие. - Юнити-Дана, 2012. – 320 с.
4. Трейси Б. Психология продаж. – М.: Попурри, 2014. – 325 с.
5. Петров В. Управления розничными продажами. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 121 с.

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

6.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Образовательная организация располагает необходимой материально-технической базой, соответствующей действующим санитарным правилам и нормам, и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и практической подготовки обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Реализация дополнительной общеразвивающей программы предполагает наличие учебного кабинета. Практическое обучение проводится в учебном кабинете. Материально-техническая база:

Оборудования учебного кабинета:

Стол – 4 шт.,

Стулья – 8 шт.,

Ноутбук – 1 шт.,

Флипчарт – 1 шт.,

Проектор – 1 шт.,

Методические материалы – 5 шт.,

Видеоматериалы – 5 шт.

6.2. Кадровые условия реализации программы

Реализация дополнительной программы обеспечивается педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора.

Квалификация педагогических работников организации должна соответствовать Приказу Минтруда России от 22.09.2021 № 652н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых».

6.3. Организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дополнительным общеразвивающим программам осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния их здоровья. Занятия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов организуются совместно с другими обучающимися.

Образовательная деятельность лиц с ограниченными возможностями здоровья по дополнительным общеразвивающим программам осуществляется на основе дополнительных общеразвивающих программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных лиц. Сроки

обучения по дополнительным общеразвивающим программам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов с учетом особенностей их психофизического развития при необходимости могут быть увеличены.

7. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Для закрепления знаний, умений и навыков, полученных в процессе занятий, применяется промежуточная форма контроля.

Целями проведения промежуточной аттестации являются:

- объективное установление фактического уровня освоения образовательной программы и достижения результатов освоения образовательной программы;

- комплексная оценка уровня компетенций обучающихся с учетом целей обучения, требований к усвоению содержания программы.

Основная форма промежуточной аттестации: зачет в форме выполнения практических заданий.

Указанный вид контроля закрепляет теоретические знания по всему курсу, а также способность применить эти знания для решения расчетных задач.

Для осуществления контроля разработан фонд оценочных средств по каждой учебной дисциплине.

Задачи практических заданий обусловлены необходимостью получения обучающимися знаний, умений, навыков согласно учебной программе, на основе которой формируются соответствующие компетенции.

Количество часов, отводимых на практические задания, фиксируются в учебном плане образовательной программы.

Тематика и количество часов, отводимых на практические задания, фиксируется в учебном расписании.

Состав заданий для промежуточной аттестации должен быть спланирован с расчетом, чтобы за отведенное время они могли быть качественно выполнены большинством обучающихся.

Оценивание практических заданий проводится дифференцированно (по пятибалльной системе). Обучающимся, не выполнившим своевременно какую-либо из практических работ, преподавателем устанавливается индивидуальный срок ее выполнения.

Критерии оценки практических работ

Оценка «5» – работа выполнена в полном объеме и без замечаний.

Оценка «4» – работа выполнена правильно с учетом 2-3 несущественных ошибок, исправленных самостоятельно по требованию педагога дополнительного образования.

Оценка «3» – работа выполнена правильно не менее чем на половину или

допущена существенная ошибка.

Оценка «2» – допущены две (и более) существенные ошибки в ходе работы, которые обучающиеся не может исправить даже по требованию педагога дополнительного образования или работа не выполнена.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Методика преподавания дополнительной общеразвивающей образовательной программы предполагает чтение лекций, проведение практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций по отдельным специфическим проблемам программы.

Предусмотрена самостоятельная работа обучающихся, в ходе лекций слушателям следует подготовить конспекты лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины; проверять термины и понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе.

Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Уделить внимание понятиям, которые обозначены обязательными, для каждой темы программы.

В ходе групповых и индивидуальных консультаций обучающиеся имеют возможность получить квалифицированную консультацию по организации самостоятельного управления собственной деятельностью на основе анализа имеющегося у слушателя опыта обучения, используемых учебных стратегий, через обсуждение сильных сторон и ограничений стиля учения, а также поиск ресурсов, предоставляемых учебной организацией для достижения намеченных результатов; для решения учебных задач; детально прорабатывать возникающие проблемные ситуации, осуществлять поиск вариантов их решения, определять преимущества и ограничения используемых средств для решения поставленных учебных задач, обнаруживать необходимость изменения способов организации своей работы.

Обучающиеся имеют возможность получить квалифицированную консультацию по темам программы, вопросам, на которые обучающийся не смог самостоятельно найти ответ в рекомендуемой литературе.

В ходе самостоятельной работы обучающийся должен систематически осуществлять самостоятельный контроль хода и результатов своей работы, постоянно корректировать и совершенствовать способы ее выполнения.

В целом внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося при изучении дополнительной общеразвивающей программы включает в себя следующие виды работ:

- проработку (изучение) материалов лекций;
- чтение и проработку рекомендованной основной и дополнительной литературы;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку к устному опросу;
- контролю знаний по программе.

Основная доля самостоятельной работы обучающихся приходится на проработку рекомендованной литературы с целью освоения теоретического курса и подготовку к практическим занятиям, тематика которых полностью охватывает содержание курса.

Самостоятельная работа по подготовке к практическим занятиям предполагает умение работать с первичной информацией.

Для проведения практических занятий, для самостоятельной работы используются учебно-методические пособия, презентации.