

## 2.2. Рабочие программы учебных модулей/ дисциплин.

### **Модуль 1. Основы. Назначение и роль СИЗ.**

Модуль содержит научно-методические материалы, посвященные средствам индивидуальной защиты (СИЗ). Назначение СИЗ состоит в исключении или уменьшении воздействия внешних факторов, способных причинить вред организму человеку. На промышленных предприятиях СИЗ защищают работников от производственных травм, поражений, воздействия вредных излучений, от возникновения профессиональных заболеваний. В случае чрезвычайных ситуаций или техногенных аварий, СИЗ обеспечивают безопасную эвакуацию людей из зараженной местности. Так же в модуле дается классификация СИЗ. К средствам индивидуальной защиты относятся каски, очки, спецодежда, респираторы, противогазы, медицинские средства и др. Все они предназначены не допустить поражения того или иного участка тела или органа ядовитыми веществами, находящимися в зараженной атмосфере.

*Основные вопросы:* средства индивидуальной защиты, поражение, отравление, классификация СИЗ.

Самостоятельная работа предполагает самостоятельное изучение психологических основ профессиональной адаптации к управленческой деятельности. Периоды, уровни, стадии, виды и критерии адаптации к управленческой деятельности.

### **Модуль 2. Нормативы. Нормативно-правовые документы.**

Модуль знакомит со спектром НПА посвящённых организации безопасности на предприятии и применения СИЗ. Так же в модуле дается подробный обзор Технического регламента Таможенного союза 019/2011 «О безопасности средств индивидуальной защиты». Данный регламент распространяется на средства индивидуальной защиты, независимо от страны происхождения, ранее не находившиеся в эксплуатации (новые) и выпускаемые в обращение на единой территории Таможенного союза ЕАЭС. Помимо этого в модуле раскрываются вопросы основания и условия выделения финансовых средств работодателям на проведение мероприятий по сокращению производственного травматизма и профессиональных заболеваний работников установленных приказом Минтруда России от 10.12.2012 № 580н «Об утверждении правил финансового обеспечения предупредительных мер по сокращению производственного травматизма и профессиональных заболеваний работников и санаторно-курортного лечения работников, занятых на работах с вредными и (или) опасными производственными факторами».

*Основные вопросы:* технический регламент, производственный травматизм, вредное производство, санаторно-курортное лечение.

Самостоятельная работа предполагает самостоятельное изучение психологических основ профессиональной адаптации к управленческой деятельности. Периоды, уровни, стадии, виды и критерии адаптации к управленческой деятельности.

## **Промежуточная аттестация – интеллектуальная игра (Приложение 1).**

### **Модуль 3. Рынок СИЗ.**

Модуль раскрывает аналитические и экономические данные о динамике рынка СИЗ России. РФ по объему рынка СИЗ занимает 4 место в мире. Результаты 2018 года для рынка спецодежды в России, согласно данным МА ROIF Expert, а также ключевые тенденции рынка в предыдущем году предопределялись существующим объемом обеспеченного спроса, конъюнктурой рынка спецодежды, динамикой активности отечественных производителей и иностранных игроков,

положением ключевых промышленных секторов-потребителей спецодежды на рынке, моделью поведения потребителей, как индустриального сегмента, так и домохозяйств, и в целом состоянием экономики РФ. Производственные показатели по изготовлению спецодежды на внутреннем рынке более чем положительные, динамика выпуска спецодежды на рынке в 2018 году показала значительное увеличение. В сравнении с показателями 2017 года товарный выпуск спецодежды на российском рынке показал рост более 20%, что, безусловно, говорит о динамичном развитии рынка спецодежды. В модуле так же дается прогноз на ближайшие годы по исследуемому рынку. Прогнозные параметры развития российского рынка спецодежды в 2019-2023 годах будут предопределять ключевыми тенденциями рынка, к которым можно отнести следующие: наращивание объемов выпуска спецодежды на внутреннем рынке; увеличение цен на изделия; усиление конкуренции на рынке.

*Основные вопросы:* рынок СИЗ, лидеры производства и продаж СИЗ, показатели эффективности.

Самостоятельная работа предполагает самостоятельное изучение психологических основ профессиональной адаптации к управленческой деятельности. Периоды, уровни, стадии, виды и критерии адаптации к управленческой деятельности.

## **Итоговая аттестация – итоговый тест (Приложение 2).**

### **3. Организационно-педагогические условия реализации программы**

#### **3.1. Материально-технические условия:**

Для того чтобы обучающийся освоил программу в полном объеме ему необходимо иметь компьютер с операционной системой Microsoft Windows и выходом в интернет. На компьютере должен быть установлен пакет офисных программ Microsoft Office.

#### **3.2. Кадровое обеспечение:**

К реализации программы повышения квалификации привлекаются лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование и отвечающие квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и профессиональным стандартам, стандартам ЧОУ ВО «ЗУИЭП»

#### **3.3. Рекомендуемая литература:**

1. Абдульманов С. Евангелист бизнеса. Рассказы о контент- маркетинге и бренд-журналистике. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 216 с.
2. Агафонов А. Сетевой Маркетинг. Система рекрутирования в Интернете. М.: Омега-Л, 2017. 154 с.
3. Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. Маркетинговые коммуникации. Практикум. – М.: Дашков и К, 2018. 196 с.
4. Альберс Дж. Взаимодействие цвета. – М.: Колибри, 2017. 216 с.
5. Беквит Г. Без раздумий. Скрытые силы, заставляющие нас покупать. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 232 с.
6. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 252 с.
7. Бергер Й. Заразительный. Психология сарафанного радио. Как продукты и идеи становятся популярными. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 240 с.

7. Бердников И.П., Стрижова А.Ф. PR – коммуникации. Практическое пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. 208 с.
8. Бердышев С.Н. Информационный маркетинг. Практическое пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. 216 с.
9. Бердышев С.Н. Рекламное агентство. С чего начать? 2-е изд.- М.: Дашков и К, 2017. 168 с.
10. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2018. 120 с.
11. Гвозденко Е.В. Инстинкт покупать. Успешные продажи с психологическим подходом. Практическое пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2018. 168 с.
12. Гитомер Дж. Самое главное в продажах. – СПб: Питер, 2018. 128 с
13. Годин А.М. Маркетинг. Учебник для бакалавров, 12-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. 656 с.
14. Голубкова Е. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017. 364 с.
15. Гордон Ю. О языке композиции. – М.: Студия Артемия Лебедева, 2018. 208 с.
16. Горохов В.М., Гринберг Т.Э. (под ред.) Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. – М.: 2017. 224 с.
17. Горский К. В эфире – сарафанное радио. Практическое руководство по рекомендательному маркетингу. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 160 с.
- Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности. Учебник, 3-е изд. – М.: Дашков и К, 2018. 444 с.
18. Ильхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. Как создать сильный текст. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 440 с.
19. Интегрированные коммуникации: теория и практика. Материалы научно-практической конференции XIX Международного студенческого фестиваля рекламы, 12 апреля 2017 года. / Отв. ред. Е.Л. Головлева. – М.: МосГУ, 2017. 159 с.
20. Карпова С.В. Международная реклама: учебник и практикум для академического бакалавриата. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2017. 473 с.
21. Карпова С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для прикладного бакалавриата. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2017. 431 с.
22. Карпова С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для СПО. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2017. 431 с.
23. Келлер С., Прайс К. Больше, чем эффективность. Как самые успешные компании сохраняют лидерство на рынке. – М.: Альпина Паблишер, 2018. 416 с.
24. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. – М. Альпина Паблишер, 2018. 344 с.
25. Кеннеди Д.С. Жесткие продажи. Заставьте людей покупать при любых обстоятельствах. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 303 с.
26. Кеннеди Д.С. Жесткий тайм-маркетинг. Возьмите свою жизнь под контроль. – М.: Альпина Паблишер, 2018. 200 с.
27. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. – М.: Юрайт, 2017. 342 с.
28. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. – М.: Издательство Юрайт, 2017. 384 с.

29. Муртузалиева Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Учебно-практическое пособие / Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. – М.: Дашков и К, 2017. 166 с.
30. Семенчук В. 101 способ раскрутки личного бренда. Как сделать себе имя. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 252 с.
31. Сенаторов А. Бизнес в Instagram. От регистрации до первых денег. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 156 с.
32. Сенаторов А. Битва за подписчиков «ВКонтакте». SMM-руководство. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 168 с.
33. Фокс Дж. Как стать волшебником продаж. Правила привлечения и удержания клиентов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 166 с.
34. Франкель Н., Румянцев Д. Event-маркетинг. Всё об организации и продвижении событий. – СПб: Питер, 2017. 320 с.
35. Франц, В.А. Управление общественным мнением: учебное пособие для академического бакалавриата / В.А. Франц. – М.: Юрайт, 2018. 133 с.