

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 MA 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 состоянии 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. Рекомендуема литература:

Основная литература.

1. Есикова, И. В. Телефонный маркетинг, или Продажи не выходя из офиса / И. В. Есикова, М. А. Шарыпкина. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 198 с. — ISBN 978-5-394-01236-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75197.html>
2. Жданова, Т. С. «Ленивый» маркетинг. Принципы пассивных продаж / Т. С. Жданова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 118 с. — ISBN 978-5-394-03209-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83135.html>
3. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87620.html>

4. Сейфуллаева, М. Э. Международный маркетинг : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / М. Э. Сейфуллаева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 5-238-00800-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71021.html>
5. Пичурин, И. И. Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — ISBN 978-5-238-02090-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71036.html>

Дополнительная 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.
- Беквит Г. Без раздумий. Скрытые силы, заставляющие нас покупать. — М.: Альпина Паблишер, 2017. 232 с.
5. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг. — М.: Альпина Паблишер, 2017. 252 с.
6. 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. Выжить 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.