

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет  
народного хозяйства»**

*Утверждена решением  
Ученого совета ДГУНХ,  
протокол №11 от 06 июня 2023 г.*

**Кафедра «Маркетинг и коммерция»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ»**

**Направление подготовки – 38.03.06 Торговое дело,  
профиль «Интернет -маркетинг в торговой деятельности»**

**Уровень высшего образования - бакалавриат**

**Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная**

**Махачкала – 2023**

**УДК 347.71(075)**  
**ББК У9(2)42я**

**Составитель** - Газалиева Написат Имангазалиевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и коммерция» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

**Внутренний рецензент** - Минатуллаев Арслан Айнутдинович, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой «Менеджмент» ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства».

**Внешний рецензент** – Нажмутдинова Саидат Абдулаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет».

**Представитель работодателя** – Ханбабаев Эмин Кафланович, маркетолог сети магазинов Mr. Kingsman.

*Рабочая программа дисциплины «Управление товарным ассортиментом» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 августа 2020 г. №963, в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 5 апреля 2017 года № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программы бакалавриата, программам специалитета, программ магистратуры».*

Рабочая программа дисциплины «Управление товарным ассортиментом» размещена на официальном сайте [www.dgunh.ru](http://www.dgunh.ru)

Газалиева Н.И. Рабочая программа дисциплины «Управление товарным ассортиментом» для направления 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2023 г., 14 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 05 июня 2023 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности», Атаевой А.У.

Одобрена на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 31 мая 2023 г., протокол № 10

## Содержание

Раздел 1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	4
Раздел 2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
Раздел 3.	Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и формы промежуточной аттестации	5
Раздел 4.	Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
Раздел 5.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	10
Раздел 6.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	11
Раздел 7.	Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных	12
Раздел 8.	Описание материально – технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	13
Раздел 9.	Образовательные технологии	13

## Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

### *Цели и задачи изучения дисциплины*

Целью изучения дисциплины «Управление товарным ассортиментом» является формирование теоретических знаний об основных концепциях и методах управления товарным ассортиментом и запасами, а также развитие практических навыков эффективного управления товарным ассортиментом и запасами организациями торговли.

Задачами изучения дисциплины являются:

1. усвоение основных понятий в области категорийного менеджмента;
2. рассмотрение целей, задач и принципов управления товарным ассортиментом на торговом предприятии;
3. определение товарных категорий как объектов категорийного менеджмента;
4. изучение концепций товарного менеджмента и выявление их отличий от классических концепций управления торговым ассортиментом;
5. рассмотрение процесса управления товарными категориями, характеристика этапов этого процесса;
6. формирование умений определять товарные категории и оценивать их эффективность.

### **1.1. Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Управление товарным ассортиментом» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы**

код компетенции	Формулировка компетенции
<b>ПК</b>	<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
<b>ПК- 2</b>	Способен осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения

### **1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции
<b>ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>		
<b>ПК-2:</b> Способен осуществлять организацию и управление торгово-	<b>ПК-2.3:</b> Управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг,	<u>Знать:</u> - категорийный аппарат и методы управления ассортиментом и качеством товаров, - диагностику дефектов, - правила и методику приемки и учета

технологически процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения	оценивает их качество, диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству	товаров по количеству и качеству. <u>Уметь:</u> - управлять ассортиментом, - оценивать, контролировать и управлять качеством товаров, - проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству. <u>Владеть:</u> - навыками управления ассортиментом и качеством товаров, - навыками приемки и учета товаров по количеству и качеству.
---	---	---

### 1.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

код компетенции	Этапы формирования компетенций						
	Тема 1. Цели, задачи, предмет и структура дисциплины	Тема 2. Ассортиментная политика предприятия	Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	Тема 4. Анализ внешней среды в процессе управления ассортиментом	Тема 5. Понятие и методология категориального менеджмента	Тема 6. Аналитические основы управления товарным ассортиментом предприятия	Тема 7. Этапы внедрения системы управления ассортиментом в организации
ПК- 2	+	+	+	+	+	+	+

#### Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление товарным ассортиментом» Б1.В.04 к части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 2 курсе.

В методическом плане дисциплину следует увязать с такими дисциплинами как «Коммерческая деятельность», «Экономика торговых предприятий», «Маркетинг», «Товароведение потребительских товаров», «Логистика».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения таких курсов, как «Маркетинговые коммуникации в торговле», «Маркетинговые исследования рынка», «Мерчендайзинг».

#### Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с

**преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и формы промежуточной аттестации.**

*Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 7 зачетных единиц.*

#### ***Очная форма обучения***

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 96 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 32 ч.

на практические занятия – 64 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 120 ч.

Формы промежуточной аттестации:

4 семестр – экзамен.36час

#### ***Очно-заочная форма обучения***

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очно-заочной форме обучения составляет составляет 32 часа,

в том числе:

на занятия лекционного типа – 16 ч;

на практические занятия – 16ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся - 184 ч.

Форма промежуточной аттестации:

4 семестр – экзамен.36 час

#### ***Заочная форма обучения***

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), составляет 14 часов, в том числе:

на занятия лекционного типа – 8 ч.

на практические занятия –6 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 234 ч.

Форма промежуточной аттестации:

Контроль – 4часа, экзамен на 2 курсе.

**Раздел 4.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

### Очная форма обучения

№ п/п	Тема занятия	Всего часов	в т. ч. занятия лекционного типа	В том числе занятия					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия	коллоквиумы	иные аналогичные занятия		
1.	Тема 1. Цели, задачи, предмет и структура дисциплины	36	4	-	8	-	-	-	24	Ситуационная задача Тестирование по теме
2.	Тема 2. Ассортиментная политика предприятия	34	6		12	-			16	Тестирование по теме Разбор кейса Разбор ситуации
3.	Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	28	4		8	-			16	Тестирование по теме Разбор кейса Решение практических задач
4.	Тема 4. Анализ внешней среды в процессе управления ассортиментом	28	4		8	-			16	Ситуационная задача Тестирование по теме Решение практических задач
5.	Тема 5. Понятие и методология категорийного менеджмента	34	6		12	-			16	Ситуационная задача Тестирование по теме Решение практических задач Деловая игра
6.	Тема 6. Аналитические основы управления товарным ассортиментом предприятия	28	4		8	-			16	Тестирование по теме Решение практических задач Разбор ситуации
7.	Тема 7. Этапы внедрения системы управления ассортиментом в организации	28	4		8	-			16	Ситуационная задача Тестирование по теме Выполнение реферата
	<b>Итого</b>	<b>252</b>	<b>32</b>		<b>64</b>	-	-		<b>120</b>	<b>экзамен в 4 семестре, 36</b>

### Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема занятия	Всего часов	в т. ч. занятия лекционного типа	В том числе занятия					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия	коллоквиумы	иные аналогичные занятия		
1.	Тема 1. Цели, задачи, предмет и структура дисциплины	36	4	-	4	-	-	-	28	Ситуационная задача Тестирование по теме
2.	Тема 2. Ассортиментная политика предприятия	30	2		2	-			26	Тестирование по теме Разбор кейса Разбор ситуации
3.	Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	30	2		2	-			26	Тестирование по теме Разбор кейса Решение практических задач
4.	Тема 4. Анализ внешней среды в процессе управления ассортиментом	30	2		2	-			26	Ситуационная задача Тестирование по теме Решение практических задач
5.	Тема 5. Понятие и методология категорийного менеджмента	30	2		2	-			26	Ситуационная задача Тестирование по теме Решение практических задач Деловая игра
6.	Тема 6. Аналитические основы управления товарным ассортиментом предприятия	30	2		2	-			26	Тестирование по теме Решение практических задач Разбор ситуации
7.	Тема 7. Этапы внедрения системы управления ассортиментом в организации	30	2		2	-			26	Ситуационная задача Тестирование по теме Выполнение реферата
	<b>Итого</b>	<b>252</b>	<b>16</b>		<b>16</b>	-	-		<b>184</b>	<b>экзамен в 4 семестре, 36 час</b>



### Заочная форма обучения

№ п/п	Тема занятия	Всего часов	в т. ч. занятия лекционного типа	В том числе занятия					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия	коллоквиумы	иные аналогичные занятия		
1.	Тема 1. Цели, задачи, предмет и структура дисциплины	33	2	-	1	-	-	-	30	Ситуационная задача Тестирование по теме
2.	Тема 2. Ассортиментная политика предприятия	32	1		1	-			30	Тестирование по теме Разбор кейса Разбор ситуации
3.	Тема 3. Структура системы управления ассортиментом	30	1		1	-			28	Тестирование по теме Разбор кейса Решение практических задач
4.	Тема 4. Анализ внешней среды в процессе управления ассортиментом	30	1		1	-			28	Ситуационная задача Тестирование по теме Решение практических задач
5.	Тема 5. Понятие и методология категорийного менеджмента	30	1		1	-			28	Ситуационная задача Тестирование по теме Решение практических задач Деловая игра
6.	Тема 6. Аналитические основы управления товарным ассортиментом предприятия	29	1		0	-			28	Тестирование по теме Решение практических задач Разбор ситуации
7.	Тема 7. Этапы внедрения системы управления ассортиментом в организации	30	1		1	-			28	Ситуационная задача Тестирование по теме Выполнение реферата
	<b>Итого, в том числе контроль – 4 часа</b>	<b>252</b>	<b>8</b>		<b>6</b>	-	-		<b>234</b>	<b>экзамен в 4 семестре</b>

**Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы,  
необходимой для освоения дисциплины**

<b>№ п/п</b>	<b>автор</b>	<b>Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины</b>	<b>Выходные данные по стандарту</b>	<b>Количество экземпляров в библиотеке ДГУНХ /Адрес доступа</b>
<b>Основная учебная литература</b>				
1	Магомедов, Ш.Ш.	Управление товарным ассортиментом и запасами : учебник	Ш.Ш. Магомедов. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 176 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров).	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496208">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496208</a>
2	Сысоева С. В., Бузукова Е. А.	Категорийный менеджмент.	Сысоева С. В., Бузукова Е. А. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице. — Санкт-Петербург: Питер 2015 г.— 400 с.	<a href="http://ibooks.ru/reading.php?productid=344858">http://ibooks.ru/reading.php?productid=344858</a>
<b>II. Дополнительная литература</b>				
<b>А) Дополнительная учебная литература</b>				
2	Лифиц, И. М.	Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата	И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	<a href="https://urait.ru/bcode/426168">https://urait.ru/bcode/426168</a>
<b>Б) Официальные издания:</b>				
1	Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/</a>			
2	Федеральный закон от 25 декабря 2018 г. N 487-ФЗ "О внесении изменения в статью 251 Федерального закона "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"			

	<a href="https://rg.ru/2018/12/28/predpri-dok.html">https://rg.ru/2018/12/28/predpri-dok.html</a>
3	Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» // СЗ РФ. – 2006. – № 12. – Ст. 1232. <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/</a>
4	Федеральный закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.03.2019) "О защите прав потребителей" <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/</a>
5	Федеральный закон РФ от 23 сентября 1992 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_996/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_996/</a>
6	Федеральный закон РФ "О коммерческой тайне" от 16.08.2004 г. (в последней действующей редакции от 18 апреля 2018 года) <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/</a>
<b>В) Периодические издания</b>	
1	Журнал «Практический маркетинг» <a href="https://bci-marketing.ru/">https://bci-marketing.ru/</a>
2	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <a href="http://www.mavriz.ru/">http://www.mavriz.ru/</a>
3	Журнал «Управление магазином» <a href="http://www.trademanagement.ru">http://www.trademanagement.ru</a>
4	Журнал «Управление сбытом» <a href="http://www.sellings.ru">http://www.sellings.ru</a>
5	Журнал «Продавать! Техника продаж» <a href="http://www.tehnikaprodazh.ru">http://www.tehnikaprodazh.ru</a>
<b>Г) Справочно-библиографическая литература</b>	
1	Богатин Н: 1С: Торговля и Склад 7.7: Справочник бухгалтера и товароведа, М.: - Триумф, 2017.
2	Карпова С.В., Перцовский Н.И.; отв. ред. И.А. Фирсова Глоссарий по маркетингу: учебное пособие. М.: Палеотип, 2016г., 336с.
3	Космин В.В., Грицык В.И.Словарь аббревиатур. Транспорт, строительство, экономика, менеджмент, маркетинг, системотехника, информатика, геоинформатик, изд-во УМЦ ЖДТ, 2015 г.
<b>Г) Информационные базы данных</b>	
1	<a href="http://www.tpprf.ru">www.tpprf.ru</a> - база Торгово-промышленной Палаты РФ
2	<a href="http://www.zakupki.gov.ru">www.zakupki.gov.ru</a> - база Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов (уполномоченным по ведению сайта является Минэкономразвития России)

## **Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://e-dgunh.ru>). Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для освоения дисциплины «Управление товарным ассортиментом» могут быть использованы материалы следующих аналитических интернет-сайтов:

<http://www.rosпотребнадзор.ru/> – официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс].

<http://www.tsouz.ru> – официальный сайт Таможенного союза [Электронный ресурс].

<http://www.stq.ru/> – официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество» [Электронный ресурс].

<http://www.spros.ru/> – официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «Спрос» [Электронный ресурс].

<http://www.ozpp.ru/> – официальный сайт Общества защиты прав потребителей [Электронный ресурс].

<http://www.znaytovar.ru/> – на сайте представлена подборка статей, посвященных характеристике потребительских свойств товаров, вопросам экспертизы, идентификации и обнаружения фальсификации товаров.

<http://www.falshivkam.net/> – на сайте представлено большое количество статей и иллюстраций к ним, посвященных способам фальсификации товаров, методам борьбы с ними. Описаны меры по защите товарных знаков, представлен обширный музей фальсифицированных товаров.

## **Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных**

### **7.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства**

1. Windows 10
2. Microsoft Office Professional
3. Adobe Acrobat Reader DC
4. VLC Media player
5. 7-zip

### **7.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства**

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

### **7.3. Перечень профессиональных баз данных**

#### **Перечень профессиональных баз данных по дисциплине включает:**

База данных Министерства промышленности и торговли РФ. - Режим доступа: Министерства: <http://www.minprom.gov.ru>

База данных Торгово-промышленной Палаты РФ. - Режим доступа: <http://www.tpprf.ru>

База данных Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов (уполномоченным по ведению сайта является Минэкономразвития России). - Режим доступа: [www.zakupki.gov.ru](http://www.zakupki.gov.ru)

База данных Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатента). - Режим доступа: <http://www.fips.ru/rospatent/index.htm>

## **Раздел 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

**1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий № 4.9** (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)

### **Перечень основного оборудования:**

Комплект учебной мебели.

Доска меловая

Набор демонстрационного оборудования: проектор, персональный компьютер (моноблок) с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)), ЭБС «ЭБС Юрайт» ([www.urait.ru](http://www.urait.ru)).

### **Перечень учебно-наглядных пособий:**

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

**2. Помещение для самостоятельной работы – помещение № 4.9** (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)

### **Перечень основного оборудования:**

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду – 19 ед.

## **Раздел 9. Образовательные технологии**

При реализации дисциплины «Управление товарным ассортиментом» применяются следующие образовательные технологии:

*Тестирование* – контроль знаний с помощью тестов, которые состоят из условий (вопросов) и вариантов ответов для выбора.

*Задачи по анализу конкретных ситуаций* как для иллюстрации той или иной ситуации, так и в целях выработки навыков применения управленческих решений; обучение, при котором обучающиеся и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций и задач. При данном методе обучения обучающийся самостоятельно вынужден принимать решение и обосновать его.

*Решение типовых задач* - обеспечение наличия в образовательной деятельности образовательных событий, в рамках которых решаются задачи, требующие от обучающихся самостоятельного выбора партнеров для коммуникации, форм и методов ведения коммуникации.

*Проведение деловых/ролевых игр.* Ролевая игра, имитирующая реальную профессиональную деятельность (деловая игра) на основе моделирования

проблемной профессиональной ситуации, решение которой достигается в процессе ролевого взаимодействия обучающихся, по правилам, с формированием команд игроков и «группы экспертов», по определенному сценарию и последующей оценкой принятого решения.

*Выполнение заданий типа «кейс-стади»* - метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов).

*Внеаудиторная самостоятельная работа* в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных моделей и концепций, подготовка рефератов, а также тезисов для студенческих конференций и т.д.).