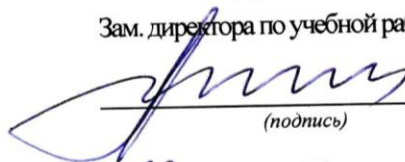


Космический факультет
К4-МФ «Экономика и управление»

«УТВЕРЖДАЮ»

Зам. директора по учебной работе МФ, (д.т.н.)

 (Макуев В.А.)
(подпись)

« 29 » 04 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки

38.03.02 « Менеджмент»

Направленность подготовки

«Управление технологическими инновациями»

Квалификация выпускника

Бакалавр

Форма обучения – очная
Срок освоения – 4 года
Курс – I,II
Семестры – 2,3

| | |
|---------------------------------|---------------------|
| Трудоемкость дисциплины: | – 7 зачетных единиц |
| Всего часов | – 252 час. |
| Из них: | |
| Аудиторная работа | – 108 час. |
| Из них: | |
| лекций | – 54 час. |
| практические занятия | - 54 час. |
| Самостоятельная работа | – 108 час. |
| Подготовка к экзамену: | - 36 час. |
| Формы промежуточной аттестации: | |
| Зачет, экзамен, курсовая работа | – 2,3 семестр |

Мытищи, 2019 г.

Рабочая программа составлена на основании ОПОП ВО, разработанной в соответствии с требованиями ФГОС ВО, по данному направлению подготовки, направленностью подготовки, нормативными документами Министерства науки и высшего образования, университета и локальными актами филиала.

Автор:

Ст. преп.

(должность, ученая степень, ученое звание)


(подпись)

В.В. Макарова

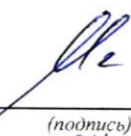
(Ф.И.О.)

«17» 04 2019 г.

Рецензент:

Профессор, д.э.н., профессор

(должность, ученая степень, ученое звание)


(подпись)

М.А. Меньшикова

(Ф.И.О.)


«17» 04 2019 г.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Экономика и управление» (К4-МФ)

Протокол № 7 от «17» 04 2019 г.

Заведующий кафедрой, к.э.н.,
доцент

(ученая степень, ученое звание)


(подпись)

Назаренко Е.Б.


(Ф.И.О.)

Рабочая программа одобрена на заседании научно-методического совета Космического факультета

Протокол № 6 от «26» 04 2019 г.

Декан факультета, к. т. н., доцент

(ученая степень, ученое звание)


(подпись)

Поярков Н.Г.

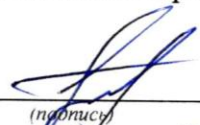
(Ф.И.О.)

Рабочая программа соответствует всем необходимым требованиям, электронный вариант со всеми приложениями передан в отдел образовательных программ МФ (ООП МФ)

Начальник ООП МФ,

к. т. н., доцент

(ученая степень, ученое звание)


(подпись)

Шевляков А.А.

(Ф.И.О.)

«29» 04 2019 г.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| ВЫПИСКА ИЗ ОПОП ВО | 4 |
| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ | 5 |
| 1.1. Цель освоения дисциплины | 5 |
| 1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы | 5 |
| 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы | 7 |
| 2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ | 8 |
| 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 9 |
| 3.1. Тематический план | 9 |
| 3.2. Учебно-методическое обеспечение для контактной работы обучающихся с преподавателем | 10 |
| 3.2.1. Содержание разделов дисциплины, объем в лекционных часах | 10 |
| 3.2.2. Практические занятия и семинары | 10 |
| 3.2.3. Лабораторные работы | 11 |
| 3.2.4. Инновационные формы учебных занятий | 11 |
| 3.3. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине | 11 |
| 3.3.1. Расчетно-графические работы и домашние задания | 12 |
| 3.3.2. Рефераты | 12 |
| 3.3.3. Контрольные работы | 12 |
| 3.3.4. Рубежный контроль | 12 |
| 3.3.5. Другие виды самостоятельной работ | 12 |
| 3.3.6. Курсовой проект <i>или курсовая работа</i> | 12 |
| 4. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 13 |
| 4.1. Текущий контроль успеваемости обучающихся | 13 |
| 4.2. Промежуточная аттестация обучающихся | 14 |
| 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 14 |
| 5.1. Рекомендуемая литература | 14 |
| 5.1.1. Основная и дополнительная литература | 14 |
| 5.1.2. Учебные и учебно-методические пособия для подготовки к контактной работе обучающихся с преподавателем и для самостоятельной работы обучающихся | 15 |
| 5.1.3. Нормативные документы | 15 |
| 5.1.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и другие электронные информационные источники | 15 |
| 5.2. Информационные технологии и другие средства, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине | 16 |
| 5.3. Раздаточный материал | 16 |
| 5.4. Примерный перечень вопросов по дисциплине | 16 |
| 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА | 18 |
| 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ | 18 |
| 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЮ | 21 |

Выписка из ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленности подготовки «Управление технологическими инновациями» для учебной дисциплины «**Маркетинг**»

| Индекс | Наименование дисциплины и ее основные разделы (дидактические единицы) | Всего часов |
|----------------|---|------------------------|
| Б1.Б.12 | Маркетинг Социальные основы маркетинга: удовлетворение человеческих потребностей. Процесс управления маркетингом. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей. Рынок предприятий и поведение организованных потребителей. Маркетинговый комплекс предприятия: продукт, цена, продвижение и распространение. | 252 |

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1. Цель освоения дисциплины

Роль маркетинга в экономическом развитии страны определяется деятельностью компании, действительно реализующей на практике концепцию маркетинга. В условиях рыночной экономики возникает необходимость нацеливания всей деятельности предприятия на удовлетворение потребностей спроса покупателей, то есть переход на работу в условиях маркетинга. Изучению основ этой деятельности и посвящена дисциплина «Маркетинг».

Маркетинг является неотъемлемым и обязательным курсом подготовки экономистов, менеджеров. Управление предприятием на основе концепции маркетинга имеет особое значение и для предприятий, производящих сырьевую продукцию. Это вызвано повышением самостоятельности предприятий в условиях развития рыночной экономики, активизации внешнеэкономической деятельности. Изучение дисциплины должно способствовать формированию у студентов нового экономического мышления.

1.2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видом профессиональной деятельности:

Организационно-управленческая деятельность:

- участие в разработке и реализации маркетинговой стратегии организации, а также функциональных стратегий;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие деятельности организации;
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации;
- построение внутренней маркетинговой информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности.

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся), формируемых в результате освоения дисциплины:

Общекультурные компетенции:

ОК-3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

ОК-4 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-6 – способность к самоорганизации и самообразованию.

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-7 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (ЗУНов), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции):

По компетенции **ОК-3** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- факторы, определяющие поведение покупателя;
- основные принципы маркетинговой политики компании на рынке;

УМЕТЬ:

- анализировать особенности поведения участников рынка;
- формировать сегменты рынка и определять тип маркетинга для каждого сегмента.

ВЛАДЕТЬ:

- разработкой маркетингового комплекса для предприятий;
- методами продвижения и распространения товаров и услуг.

По компетенции **ОК-4** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- методы и цели маркетинговых исследований
- мотивы покупателя на рынке;
- этапы процесса принятия решения о покупке;

УМЕТЬ:

- применять способы сбора первичной и вторичной информации о рынке и покупателях;
- планировать мероприятие на рынке;

ВЛАДЕТЬ:

- навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на рынке;

По компетенции **ОК-6** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; магистратура, аспирантура);
- систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления;
- закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития.

УМЕТЬ:

- анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания);
- анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний.

По компетенции **ОПК-7** обучающийся должен:

ЗНАТЬ

- подходы и способы организации систем получения, хранения и переработки информации.

УМЕТЬ

- понимать и применять на практике компьютерные технологии для решения различных задач комплексного и гармонического анализа, использовать стандартное программное обеспечение;
- создавать банки хранения и переработки информации.

ВЛАДЕТЬ

- навыками решения практических задач; сервисным программным обеспечением

- операционной системы;
- методами и средствами получения, хранения и переработки информации.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Маркетинг» включена в вариативную часть блока Б.1 (раздел обязательных дисциплин).

Требования к входным знаниям, умениям, компетенциям студента формируются на основе освоения дисциплин: «Экономическая теория»; «Математика»; «Теория менеджмента».

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины: в зачетных единицах – 6 з.е., в академических часах – 252 ак.час.

| Вид учебной работы | Часов | | Семестры | |
|--|-------------------|------------------------------------|------------|--------------|
| | всего | в том числе в инновационных формах | 2 | 3 |
| Общая трудоемкость дисциплины: | 252 | | 72 | 180 |
| Аудиторная работа обучающихся с преподавателем: | 108 | 36 | 36 | 72 |
| Лекции (Л) | 54 | | 18 | 36 |
| Практические занятия (Пз) или семинары (С) | 54 | 36 | 18 | 36 |
| Самостоятельная работа обучающихся: | 108 | - | 36 | 72 |
| Проработка прослушанных лекций и учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку, изучение рекомендуемой литературы (Л) | 13 | - | 4 | 9 |
| Подготовка к практическим занятиям (Пз) | 13 | - | 4 | 9 |
| Выполнение домашних заданий (Дз) – 3 | 34 | | 22 | 12 |
| Подготовка к рубежному контролю (РК) – 1 | 3 | | 3 | - |
| Выполнение других видов самостоятельной работы (Др) | 6 | - | - | 6 |
| Выполнение курсовой работы (КР) | 36 | - | - | 36 |
| Подготовка к экзамену: | 36 | - | | 36 |
| Форма промежуточной аттестации: Экзамен, зачет, КР | Зач, Э, КР | - | Зач | Э, КР |

Часы на внеаудиторные виды контактной работы обучающихся с преподавателем выделяются из самостоятельной работы обучающихся и часов, выделенных на промежуточную аттестацию, в соответствии с нормативами нагрузки преподавателей, утверждаемыми в университете ежегодно.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| № п/п | Разделы дисциплины | Формируемые компетенции или их части | Аудиторные занятия | | | Самостоятельная работа обучающегося и формы ее контроля | | | | | Текущий контроль результатов обучения и промежуточная аттестация, баллов по модулям (мин./макс.) |
|---|---|--------------------------------------|--------------------|----------|------|---|-----|------|------|----------|--|
| | | | Л, часов | № Пз (С) | № Лр | № РГР (Дз) | № Р | № КР | № РК | Др часов | |
| 2 семестр | | | | | | | | | | | |
| 1 | Социальные основы маркетинга: удовлетворение человеческих потребностей. Процесс управления маркетингом. | ОК-3, ОК-4, ОПК-7 | 6 | 1-3 | | 1 | | | | | 60/100 |
| 2 | Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда. | ОК-3, ОК-4, ОПК-7 | 6 | 4-6 | | 1 | | | | | |
| 3 | Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей. Рынок предприятий и поведение организованных потребителей. | ОК-3, ОК-4, ОПК-7 | 6 | 7-9 | | | | | 1 | | |
| Итого текущий контроль результатов обучения во 2 семестре | | | | | | | | | | | 60/100 |
| Промежуточная аттестация (зачет) | | | | | | | | | | | |
| ИТОГО | | | | | | | | | | | 60/100 |
| 3 семестр | | | | | | | | | | | |
| 4 | Маркетинговый комплекс: продукт, цена, распространение, продвижение | ОК-3, ОК-4, ОК-6, ОПК-7 | 30 | 10-25 | | | | 1 | | | 42/70 |
| 5 | Сегментирование рынка и позиционирование предприятия на рынке | ОК-3, ОК-4, ОК-6, ОПК-7 | 6 | 26-27 | | 1 | | | | | |
| Выполнение курсовой работы | | | | | | | | | | | 21/35 |
| Итого текущий контроль результатов обучения в 3 семестре | | | | | | | | | | | 42/70 |
| Промежуточная аттестация (экзамен) | | | | | | | | | | | 18/30 |
| ИТОГО | | | | | | | | | | | 60/100 |

3.2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ КОНТАКТНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ

На контактную работу обучающихся с преподавателем, согласно учебному плану, отводится – 108 часов.

Контактная работа обучающихся с преподавателем включает в себя:

- лекции – 54 часов;
- практические занятия и(или) семинары – 54 часов;

Часы выделенные по учебному плану на экзамен в общее количество часов на контактную работу обучающихся с преподавателем не входит, а выносятся на недели, отведенные на сессии – 36 часов на один экзамен.

Часы на внеаудиторные виды контактной работы обучающихся с преподавателем выделяются из самостоятельной работы обучающихся и часов, выделенных на промежуточную аттестацию, в соответствии с нормативами нагрузки преподавателей, утверждаемыми в университете ежегодно.

3.2.1. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ, ОБЪЕМ В ЛЕКЦИОННЫХ ЧАСАХ (Л) – 54 ЧАСА

| № Л | Раздел дисциплины и его содержание | Объем, часов |
|-----|---|--------------|
| 1 | Социальные основы маркетинга: удовлетворение человеческих потребностей. Процесс управления маркетингом. | 6 |
| 2 | Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда. | 6 |
| 3 | Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей. Рынок предприятий и поведение организованных потребителей. | 6 |
| 4 | Маркетинговый комплекс: продукт, цена, распространение, продвижение, упаковка | 30 |
| 5 | Сегментирование рынка и позиционирование предприятия на рынке | 6 |

3.2.2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (Пз) – 54 ЧАСА

Проводится 27 практических занятий по следующим темам:

| № Пз(С) | Тема практического занятия и его содержание | Объем, часов | Раздел (модуль) дисциплины | Виды контроля текущей успеваемости |
|---------|--|--------------|----------------------------|------------------------------------|
| 1 | Основные понятия маркетинга | 2 | 1 | ДЗ-1 |
| 2 | Процесс управления маркетингом | 2 | 1 | ДЗ-1 |
| 3 | Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. | 2 | 2 | ДЗ-1 |
| 4 | Маркетинговая среда. | 2 | 2 | ДЗ-2 |
| 5 | Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей. | 2 | 3 | ДЗ-2 |
| 6 | Рынок предприятий и поведение организованных потребителей. | 2 | 3 | ДЗ-2 |
| 7 | Разработка товаров: товары, товарные марки | 2 | 4 | РК-1 |
| 8 | Разработка товаров: упаковка, услуги | 2 | 4 | РК-1 |
| 9 | Разработка товаров: трехуровневая модель товара | 2 | 4 | РК-1 |
| 10 | Разработка товаров: новые товары и проблемы жизненного цикла | 2 | 4 | КР |
| 11 | Установление цен на товары: задачи и политика ценообразования | 2 | 4 | КР |
| 12 | Установление цен на товары: подходы к | 2 | 4 | КР |

| № Пз(С) | Тема практического занятия и его содержание | Объем, часов | Раздел (модуль) дисциплины | Виды контроля текущей успеваемости |
|---------|---|--------------|----------------------------|------------------------------------|
| | проблеме ценообразования | | | |
| 13 | Методы распространения товаров: каналы распределения и товародвижение | 2 | 4 | КР |
| 14 | Методы распространения товаров: розничная и оптовая торговля | 2 | 4 | КР |
| 15 | Продвижение товаров: стратегия коммуникации и стимулирования | 2 | 4 | КР |
| 16 | Продвижение товаров: реклама | 2 | 4 | КР |
| 17 | Продвижение товаров: стимулирование сбыта | 2 | 4 | КР |
| 18 | Продвижение товаров: связи с общественностью | 2 | 4 | КР |
| 19 | Продвижение товаров: личная продажа и управление сбытом | 2 | 4 | КР |
| 20 | Понятие и характеристики каналов сбыта. | 2 | 4 | КР |
| 21 | Продукт как элемент маркетингового комплекса | 2 | 4 | КР |
| 22 | Продукт как элемент маркетингового комплекса | 2 | 4 | КР |
| 23 | Цена как элемент маркетингового комплекса | 2 | 4 | КР |
| 24 | Распространение как элемент маркетингового комплекса | 2 | 4 | КР |
| 25 | Продвижение как элемент маркетингового комплекса | 2 | 4 | КР |
| 26 | Сегментирование рынка | 2 | 5 | ДЗ-3 |
| 27 | Позиционирование предприятия на рынке | 2 | 5 | ДЗ-3 |

3.2.3. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛР) – 0 ЧАСОВ

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

3.2.4. ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

При изучении данной дисциплины применяются следующие инновационные формы учебных занятий

- Работа в команде (группе);
- Деловая игра
- Решение кейсов
- Дискуссии

При этом предусматривается использование таких вспомогательных средств, как мультимедийный проектор, интерактивная система SMART.

3.3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

На самостоятельную работу обучающихся, согласно учебному плану, отводится – 108 часов.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- проработку прослушанных лекций (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) – 13 часов;

- подготовку к практическим занятиям или семинарам, решение задач и упражнений, выполнение переводов с иностранных языков – 13 часов;
- выполнение домашних заданий (Дз) – 34 часов;
- выполнение других видов самостоятельной работы – 6 часов;
- подготовку к рубежному контролю – 3 часов.

Часы выделенные по учебному плану на подготовку к экзамену в общее количество часов на самостоятельную работу обучающихся не входят, а выносятся на недели, отведенные на сессии – 36 часов на один экзамен.

3.3.1. ДОМАШНИЕ ЗАДАНИЯ (Дз) – 34 ЧАСОВ

Выполняются 3 домашних задания по следующим темам:

| № РГР (Дз) | Тема домашнего задания | Объем, часов |
|------------|--|--------------|
| 1 | STEEP и SWOT анализы конкретного предприятия (по выбору студента) | 10 |
| 2 | Маркетинговые исследования рынка (тема определяется самостоятельно) | 12 |
| 3 | Сегментирование рынка и позиционирование предприятия на рынке (по выбору студента) | 12 |

3.3.2. РЕФЕРАТЫ – 0 ЧАСОВ

Рефераты рабочей программой не предусмотрены.

3.3.3. КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ (Кр) – 0 ЧАСОВ

Контрольные работы не предусмотрены.

3.3.4. РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ (РК) – 3 ЧАСОВ

Проводятся 1 рубежный контроль:

| № РК | Разделы дисциплины, охватываемые рубежным контролем | Объем часов |
|------|---|-------------|
| 1 | Тестирование. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда. | 3 |

3.3.5. ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ (Др) – 6 ЧАСОВ

Другие виды самостоятельной работы относятся к нерегламентированной самостоятельной работе обучающихся, связанной с углубленным изучением отдельных тем или разделов дисциплины, их творческой деятельностью, развитием личностных качеств и т.д. Конкретные формы других видов самостоятельной работы обучающийся выбирает самостоятельно или по рекомендации преподавателя в ходе изучения дисциплины.

3.3.6. КУРСОВАЯ РАБОТА (КР) – 36 ЧАСОВ

Выполняется курсовая работа по одной из следующих тем:

| № п/п | Тема курсовой работы | Раздел дисциплины |
|-------|--|-------------------|
| 1. | Маркетинговый комплекс как элемент взаимодействия с потребителем (на примере организации, выбранной студентом) | 4 |

4. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные средства по всем заявленным в рабочей программе видам аудиторной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся, формам контроля текущей успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, утвержденные критерии оценки по ним и методика начисления рейтинговых баллов, а также перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся, установленных ФГОС ВО, или их элементов) и отнесенные к ним планируемые результаты обучения (знания, умения и навыки), представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине, который сформирован как отдельный документ и структурно входит в состав учебно-методического комплекса дисциплины.

4.1. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Для оценки текущей успеваемости используются следующие формы текущего контроля:

2 семестр

| № п/п | Раздел дисциплины | Форма текущего контроля | Формируемые компетенции | Текущий контроль результатов обучения, баллов (мин./макс.) |
|---------------|-------------------|-------------------------|-------------------------|--|
| 1 | 1 | ДЗ-1 | ОК-3, ОК-4, ОК-6, ОПК-7 | 18/30 |
| | | Всего за модуль | | 18/30 |
| 2 | 2 | ДЗ-2 | ОК-3, ОК-4, ОК-6, ОПК-7 | 18/30 |
| | | Всего за модуль | | 18/30 |
| 3 | 3 | РК | ОК-3, ОК-4, ОК-6, ОПК-7 | 24/40 |
| | | Всего за модуль | | 24/40 |
| Итого: | | | | 60/100 |

3 семестр

| № п/п | Раздел дисциплины | Форма текущего контроля | Формируемые компетенции | Текущий контроль результатов обучения, баллов (мин./макс.) |
|---------------|-------------------|-------------------------|-------------------------|--|
| 1 | 4 | КуР | ОК-3, ОК-4, ОК-6, ОПК-7 | 21/35 |
| | | Всего за модуль | | 21/35 |
| 2 | 5 | ДЗ-3 | ОК-3, ОК-4, ОК-6, ОПК-7 | 21/35 |
| | | Всего за модуль | | 21/35 |
| Итого: | | | | 42/70 |

Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме установленных требований и не набравшие суммарное количество рейтинговых баллов по текущему контролю успеваемости выше минимально установленных, не допускаются к промежуточной аттестации по данной дисциплине, как не выполнившие график учебного процесса по данной дисциплине.

4.2. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Для оценки результатов изучения дисциплины используются следующие формы промежуточной аттестации:

| Семестр | Разделы дисциплины | Форма промежуточного контроля | Проставляется ли оценка в приложение к диплому | Промежуточная аттестация, баллов (мин./макс.) |
|---------|--------------------|-------------------------------|--|---|
| 2 | 1-3 | Зачет (зач) | нет | |
| 3 | 4-5 | Экзамен (Э) | да | 18/30 |
| 3 | 4 | Курсовая работа | да | 21/35 |

Обучающийся, выполнивший все предусмотренные учебным планом задания и сдавший все контрольные мероприятия по текущему контролю результатов обучения и прошедший промежуточную аттестацию, получает итоговую оценку по дисциплине за семестр в соответствии со шкалой:

| Рейтинг | Оценка на экзамене, дифференцированном зачете | Оценка на зачете |
|----------|---|------------------|
| 85 – 100 | отлично | зачет |
| 71 – 84 | хорошо | зачет |
| 60 – 70 | удовлетворительно | зачет |
| 0 – 59 | неудовлетворительно | незачет |

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

5.1.1. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/425233>
2. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.]; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450037>

Дополнительная литература:

1. Амблер, Т. Практический маркетинг: учебник / Т. Амблер — СПб.: Издательство «Питер», 2010. — 400 с.
2. Афанасьев, М.П. Маркетинг: стратегия и тактика развития фирмы: учебник / М.П. Афанасьев — М.: Издательский центр «Книга», 2010. — 304 с.
3. Багиев, Г.Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии: учебник / Г.Л. Багиев — СПб.: Обл. правл. ВНТОЭ, 2010. — 240 с.
4. Березин И.С. Маркетинг и исследование рынков: учебник / И.С. Березин. — М.: Русская деловая литература, 2010. — 416 с.
5. Божук С.Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы. — СПб.: Вектор, 2011. — 288 с.
6. Весин, В.Р. Основы менеджмента: учебник / В.Р. Весин. — М: Трида.Лтд, 2010. -384.
7. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский. — М: Гардарики, 2010. — 296с.
8. Власова, В.М. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / В.М.

- Власова. — М.: «Финансы и статистика», 2010. — 541с.
9. Голубков, Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры: учебник / Е.П. Голубков — М.: Дело, 2011. — 318 с.
 10. Голубков, Е.П. Маркетинг: Учебное пособие / Е.П. Голубков — М.: Изд. дом «Дриада», 2010. — 262 с.
 11. Дихтль, Е. А. Практический маркетинг: учебное пособие / Е. А. Дихтль, С. М. Ервин, Х. В. Херагин — М.: Высшая школа, 2010. — 140 с.
 12. Дорошев, В. И. Введение в теорию маркетинга: учебник / В. И. Дорошев. — М.: ИНФРА, 2010.- 258с.
 13. Завьялов, П.С. Формула успеха: маркетинг: учебник/ П.С. Завьялов, В.Е. Демидов — М.: ЮНИТИ, 2010. -387 с.
 14. Краюхин, Г.А. Методика анализа деятельности предприятий в условиях рыночной экономики: учебное пособие/ Г.А. Краюхин. — СПб., 2010. — 350с.
 15. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг: учебник/ Ж.Ж. Ламбен.- СПб: Наука, 2011. — 487с.
 16. Личко К.П. Прогнозирование и планирование агропромышленного комплекса. — М.: Гардарики, 2010. — 347с.
 17. Маркетинг: Учебник / Под ред. А.Н.Романова. — М.: ЮНИТИ, 2010. – 268 с.
 18. Маркетинг: Учебно-практическое пособие / Под ред. И.К. Беляевского. — Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатике. Ин-т дистанционного обучения. — М., 2011. – 156 с.
 19. Уткин, Э.А. Маркетинг: учебник / Под. Ред. проф Э.А. Уткина — М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2010. — 320 с.
 20. Федыко, С.А. Основы маркетинга: учебник/ С.А. Федыко. — М.: ДАНА, 2010. — 375с.
 21. Хлусов, В.П. Основы маркетинга: учебник/ В.П. Хлусов — М.: «Издательство ПРИОР», 2011. — 260 с.

5.1.2. УЧЕБНЫЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОСОБИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К КОНТАКТНОЙ РАБОТЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ И ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1.3. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

1. Гражданский кодекс РФ
2. Закон РФ от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»
3. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации»
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.06.2006 № 38-ФЗ.

5.1.4. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» И ДРУГИЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Академик [Электронный ресурс] dic.academic.ru URL: <https://dic.academic.ru/>
2. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] aup.ru URL: <http://www.aup.ru/>
3. Энциклопедия экономиста [Электронный ресурс] grandars.ru. URL: <http://www.grandars.ru/>

Основная и дополнительная литература, учебные и учебно-методические пособия для подготовки к контактной работе обучающихся с преподавателем и для самостоятельной работы обучающихся, нормативные документы, ресурсы информационно-

телекоммуникационной сети «Интернет» и другие электронные информационные источники, необходимые для освоения дисциплины, их количество и наличие в библиотеке, ЭБС, на кафедре, распределение по разделам (темам) дисциплины, всем запланированным видам аудиторной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работе обучающихся, представлены в карте обеспеченности литературой, которая сформирована как отдельный документ и является приложением к рабочей программе.

5.2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ДРУГИЕ СРЕДСТВА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При изучении данной дисциплины используются следующие информационные технологии, программное обеспечение, электронно-библиотечные системы, электронные образовательные среды, информационные справочные системы и другие средства, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

| № п/п | Информационные технологии, включая программное обеспечение, информационные справочные системы и другие используемые средства | Раздел дисциплины | Вид контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы |
|-------|--|-------------------|---|
| 1 | Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (электронная учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины) | 1-3 | Л, Пз |
| 2 | Электронные издания Издательства МГТУ им. Н. Э. Баумана (электронная учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины) | 1-3 | Л, Пз |
| 3 | Электронный каталог библиотеки МГУЛ (учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины) | 1-3 | Л, Пз |
| 4 | Электронная библиотека Юрайт (учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины) https://biblio-online.ru | 1-3 | Л, Пз |

5.3. РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

При изучении данной дисциплины раздаточный материал не предусмотрен.

5.4. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При проведении промежуточной аттестации для оценки результатов изучения дисциплины вынесены следующие вопросы:

1. Что такое маркетинг и что он изучает.
2. Нужда, потребность и запрос.
3. Товар, обмен и сделка.
4. Рынок. Рынок продавца и рынок покупателя.
5. Управление маркетингом.
6. Концепции управления маркетингом.
7. Концепция системы маркетинговой информации, ее элементы.
8. Система маркетинговых исследований.
9. Система сбора внешней информации.
10. Маркетинговая среда организации.
11. Факторы микросреды организации.
12. Факторы макросреды организации.
13. Модель покупательского поведения.
14. Характеристика покупателя на потребительском рынке.
15. Процесс принятия решения о покупке.

16. Рынок товаров промышленного назначения.
 17. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей товаров промышленного назначения.
 18. Процесс принятия решения о покупке товаров производственного назначения.
 19. Рынок посредников.
 20. Рынок государственных учреждений.
 21. Процесс сегментации, основные группы критериев сегментации.
 22. Демографические, социоэкономические, географические критерии сегментации рынка.
 23. Психографические и поведенческие критерии сегментации рынка.
 24. Сегментирование рынков. Требования к правильному выделению сегментов.
 25. Стратегии достижения целевых рынков: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.
 26. Маркетинговый комплекс. Его значение, составляющие элементы.
 27. Понятие продукта в маркетинге.
 28. Услуга как продукт. Особенности услуги.
 29. Трехуровневая концепция продукта.
 30. Продуктная единица. Продуктная линия и ее характеристики.
 31. Продуктная линия и продуктный комплекс. Их характеристики.
 32. Классификация потребительских продуктов.
 33. Классификация продуктов делового назначения (B2B).
 34. Понятие жизненного цикла продукта. График ЖЦП (продажи, прибыль).
 35. ЖЦП. Характеристика стадий разработки продукта и вывода на рынок.
- Маркетинговые задачи.
36. ЖЦП. Характеристика стадии роста. Маркетинговые задачи.
 37. ЖЦП. Характеристика стадии зрелости. Маркетинговые задачи.
 38. ЖЦП. Характеристика стадии спада. Маркетинговые задачи.
 39. Матрица БКГ.
 40. SWOT-анализ.
 41. Торговая марка и бренд. Марочное название, марочный знак, товарный знак.
 42. Виды торговых марок по типу спонсора.
 43. Виды торговых марок по типу объекта.
 44. Виды торговых марок по масштабам продаж.
 45. Виды марочной стратегии: расширение линии, расширение марки, новая ТМ, мультибрендинг.
 46. Понятие маркетингового канала, его назначение.
 47. Функции участников маркетингового канала.
 48. Понятие уровней маркетинговых каналов. Прямой маркетинговый канал.
 49. Понятие уровней маркетинговых каналов. Непрямые маркетинговые каналы.
 50. Факторы, влияющие на выбор маркетингового канала.
 51. Понятие и виды интенсивности дистрибуции.
 52. Понятие Вертикальной маркетинговой системы (ВМС). Три типа ВМС.
 53. Характеристика договорных (контрактных) ВМС.
 54. Горизонтальные и гибридные маркетинговые системы.
 55. Оптовые посредники и их функции.
 56. Типы розничных посредников.

57. Цена как элемент маркетингового комплекса.
58. Методы установления базовой цены. Ориентация на затраты.
59. Методы установления базовой цены. Ориентация на прибыль.
60. Методы установления базовой цены. Ориентация на конкурентов.
61. Методы установления базовой цены. Ориентация на потребительскую ценность.
62. Стратегии установления цены на новые товары.
63. Продвижение как элемент маркетингового комплекса, его значение в маркетинге.
64. Реклама. Преимущества и недостатки.
65. Личные продажи. Преимущества и недостатки.
66. Связи с общественностью. Преимущества и недостатки.
67. Sales promotion. Преимущества и недостатки.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

При изучении данной дисциплины используются следующее материально-техническое обеспечение:

| № п/п | Наименование и номера специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Раздел дисциплины | Вид контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся |
|-------|--|---|-------------------|---|
| | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (учебная аудитория) (ГУК-251) | Стол аудиторный – 18 шт.; Стул СМ 8 В1 серый – 42 шт.; Стол читательский (550 Бук Бавария) – 1 шт. Интерактивный комплект (интерактивная доска SMART Board X880i4+встроенный проектор UF65) - 1 шт.; Мобильная стойка FS-UX для интерактивных систем серий SB, SBD, SBX – 1 шт.; Доска для маркеров 1,8*0,9 - 2 шт. Проектор NEC – 1 шт.; Ноутбук TOSHIBA – 1 шт. Базовое ПО: Windows 10 Pro. Сервисное ПО: Kaspersky Endpoint Security для Windows, договор от 30.09.2019 г. Прикладное ПО: Office 2010. | 1-5 | Л, Пз, КуП |

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Основными видами деятельности обучающегося являются контактная работа с преподавателем и самостоятельная работа, которая включает в себя подготовку к контактной работе обучающихся с преподавателем, проработку материалов, полученных в процессе этой работы, а также подготовку и выполнение всех видов самостоятельной работы, заявленных в рабочей программе дисциплины.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

По зачислении на первый курс или переводу на очередной курс следует провести подготовку к началу обучения. Эта подготовка в самом общем включает несколько необходимых положений:

– Следует убедиться в наличии рабочей программы и необходимых методических указаний

по всем видам контактной и самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины, понять требования, предъявляемые к изучению дисциплины. При необходимости надлежит получить на кафедре необходимые указания и консультации, контрольные вопросы для изучения дисциплины.

- Необходимо ознакомиться с рейтинговой бальной системой по дисциплине. Преподаватель обязан ознакомить обучающихся с порядком начисления рейтинговых баллов по всем, предусмотренным рабочей программой дисциплины, видам контактной и самостоятельной работы обучающихся.
- Необходимо создать (рационально и эмоционально) максимально высокий уровень мотивации к последовательному и планомерному изучению дисциплины.
- Необходимо изучить список рекомендованной основной и дополнительной литературы и убедиться в её наличии у себя дома или в библиотеке в бумажном или электронном виде.
- Необходимо иметь «под рукой» специальные и универсальные словари и энциклопедии для того, чтобы постоянно уточнять значения используемых терминов и понятий. Пользование словарями и справочниками необходимо сделать привычкой. Опыт показывает, что неудовлетворительное усвоение предмета зачастую коренится в неточном, смутном или неправильном понимании и употреблении понятийного аппарата учебной дисциплины.
- Желательно в самом начале периода обучения возможно тщательнее спланировать время, отводимое на контактную и самостоятельную работу по дисциплине, представить этот план в наглядной форме и в дальнейшем его придерживаться, не допуская срывов графика индивидуальной работы и аврала в предсессионный период. При этом необходимо руководствоваться Графиком учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, который входит в состав рабочей программы. Пренебрежение этим пунктом приводит к переутомлению и резкому снижению качества усвоения учебного материала.
- Работу следует начинать с изучения рабочей программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучающихся. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном графиком учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
- Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Лекционные занятия посвящены рассмотрению ключевых, базовых положений дисциплины и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную проработку. Дисциплина построена по модульному принципу, каждый модуль представляет собой логически завершённый раздел курса.

В ходе лекционных занятий конспектировать учебный материал. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса.

Обучающимся рекомендуется получить в библиотеке учебную литературу по дисциплине, необходимую для эффективной работы на всех видах аудиторных занятий, а

также для самостоятельной работы по изучению дисциплины.

Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие студента путем планомерной, повседневной работы.

Практические занятия проводятся для закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения для решения практических задач в предметной области дисциплины.

Самостоятельная работа студентов включает проработку лекционного курса, подготовку к практическим работам, выполнение всех заявленных в рабочей программе видов самостоятельной работы (выполнение домашних заданий, рубежному контролю и пр.). Результаты всех видов работ обучающихся формируются в виде их личных портфолио, которые учитываются на промежуточной аттестации. Самостоятельная работа предусматривает не только проработку материалов лекционного курса, но и их расширение в результате поиска, анализа, структурирования и представления в компактном виде современной информации их всех возможных источников.

В ходе самостоятельной работы необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, методическими указаниями по соответствующему виду самостоятельной работы. При этом необходимо учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы. Очень полезно дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной рабочей программой.

Необходимо строго следовать графика учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, который входит в состав рабочей программы.

Готовясь, по всем непонятным моментам обращаться за методической помощью к преподавателю. Своевременное и качественное подготовка и выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Обучающийся может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы.

Оценивание полученных в процессе изучения дисциплины знаний, умений и навыков проводится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся МФ МГТУ им. Баумана.

Утвержденные критерии оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, методика начисления рейтинговых баллов при их прохождении представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине, который сформирован как отдельный документ, является приложением к рабочей программе и структурно входит в состав учебно-методического комплекса дисциплины.

Текущий контроль проводится в процессе изучения каждого раздела или модуля дисциплины, его итоговые результаты складываются из рейтинговых баллов, полученных при прохождении всех запланированных контрольных мероприятий с учетом своевременности их прохождения, а также посещаемости аудиторных занятий.

Освоение дисциплины, ее успешное завершение на стадии промежуточного контроля возможно только при регулярной работе во время семестра и планомерном прохождении текущего контроля.

Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме установленных требований, не допускаются к промежуточной аттестации по данной дисциплине, как не выполнившие график учебного процесса по данной дисциплине.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме, установленной учебным планом, и виде, выбранном преподавателем. При этом проводится проверка освоение ключевых, базовых положений дисциплины, составляющих основу остаточных знаний, умений и навыков по ней.

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, которые систематически в течение всего семестра работали на занятиях и показали уверенные знания по вопросам,

выносившимся на групповые занятия, также выполнившие все виды контактной и самостоятельной работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины, прошедшие все контрольных мероприятий и набравшие при этом количество рейтинговых баллов, превышающее установленное рабочей программой минимальное значение.

Непосредственная подготовка к промежуточной аттестации осуществляется по вопросам, представленным в фонде оценочных средств по дисциплине, которые обучающимся должен предоставить преподаватель. Необходимо тщательно изучить формулировку каждого вопроса, вникнуть в его суть, составить план ответа. Обычно план включает в себя:

- показ теоретической и практической значимости рассматриваемого вопроса;
- обзор освещения вопроса;
- определение сущности рассматриваемого предмета;
- основные элементы содержания и структуры предмета рассмотрения;
- факторы, логика и перспективы эволюции предмета;
- показ роли и значения рассматриваемого материала для практической деятельности.

План ответа желательно развернуть, приложив к нему ссылки на первоисточники с характерными цитатами.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЮ

При подготовке к контактной работе с обучающимися, контроле текущей успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся преподавателю необходимо руководствоваться рабочей программой дисциплины, а также картой обеспеченности литературой, учебно-методической картой, графиком учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, фондом оценочных средств по дисциплине, которые входят в состав рабочей программы.

На первом занятии по дисциплине преподаватель должен довести до обучающихся всю необходимую информацию по дисциплине, предоставить или дать ссылки, на рабочую программу дисциплины, а также карту обеспеченности литературой, учебно-методическую карту, график учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, фонд оценочных средств по дисциплине, все необходимые рекомендации по всем видам контактной и самостоятельной работы, заявленным в рабочей программе дисциплины.

Лекции составляют основу теоретической подготовки студентов с целью понимания ими сущности дисциплины и практической работы.

На лекциях рассматриваются наиболее важные понятия, определяются основные направления дисциплины, дается общая характеристика поставленных вопросов, различные научные концепции, которые есть по данной теме, осмысливаются состояния и перспективы развития, даются особенности использования современных информационных технологий.

Лекции должны активизировать познавательную деятельность обучающихся, вызывать интерес к поставленным проблемам и направлениям развития в профессиональной области, формировать их профессиональный кругозор, аналитические качества, творческий подход к изучению дисциплины, определять направления дальнейшего самостоятельного изучения и практического освоения в данной области.

Изложение материала лекций должно носить проблемный, инновационный характер, способствующий формированию и развитию общекультурных и профессиональных компетенций по профилю обучаемых.

В ходе лекций следует акцентировать внимание на наиболее важных, узловых и сложных в восприятии моментах учебного материала, вовлекая к разрешению сформулированных проблем аудиторию, ставя перед студентами задачи на проведение в ходе внеаудиторной самостоятельной работы аналитических оценок и научных исследований, способствующих закреплению изучаемого материала и постижению нового. Очень важно насытить лекционный материал цифрами и различными практическими

примерами, подтверждающими теоретические тезисы. Также следует аргументировано обосновать собственную позицию по спорным теоретическим вопросам. Это способствует активизации мыслительной деятельности обучающихся, повышению их внимания и интереса к материалу лекции, ее содержанию.

Преподавателю, читающему лекции по данной дисциплине, необходимо опираться на основную литературу, представленную в рабочей программе данной дисциплины, а также на учебные пособия, монографии, научные статьи и периодические издания известных специалистов в данной области.

Учебный материал следует излагать с использованием интерактивных методик и презентационных средств, раскрывая новейшие и перспективные информационно-технологические достижения. Если доступен Интернет, то обучающимся можно показать сайты по теме, актуальные страницы с ресурсами.

Определяя задачи на самостоятельную работу студентов, следует обращать внимание обучаемых на использование облачных сред и технологий, обеспечивающих доступ к информационно-технологическим ресурсам из рабочих мест вне учебной базы университета и филиала.

Контроль усвоения учебного материала, кроме традиционных форм, следует проводить с использованием тематических тестовых заданий, сформулированных в разделе

Практические занятия и семинары имеют целью закрепления знаний, полученных на лекциях. Все практические занятия дисциплины проводятся в специализированных классах университета. На первом занятии преподаватель должен напомнить студентам требования техники безопасности.

На практических занятиях студенты овладевают первоначальными профессиональными умениями и навыками, которые в дальнейшем закрепляются и совершенствуются при изучении специальных дисциплин, а также в процессе прохождения производственной практики.

Проводя практические занятия по данной дисциплине, предлагается использовать задания, указанные в фонде оценочных средств по данной дисциплине.

Выполнение заданий должно быть индивидуальным. При оценивании выполненных заданий следует учитывать достижение результата, правильность выбора технологии решения, время решения, индивидуальность работы. Веса указанных факторов следует выбирать в зависимости от целей проводимого занятия. Для закрепления практических навыков и умений студентам следует по каждой теме выдавать задания на самостоятельную работу, по трудоемкости сходные с задачами, решаемыми в аудитории.

Наряду с формированием умений и навыков в процессе практических занятий обобщаются, систематизируются, углубляются и конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность и готовность использовать теоретические знания на практике, развиваются аналитические и интеллектуальные умения.

Самостоятельная работа обучающихся представляет собой индивидуальное выполнение всех видов, заявленных в рабочей программе дисциплины, контактной и самостоятельной работы, которые формируют у обучающегося:

- выработку навыков самостоятельной работы с имеющейся исходной информацией;
- практическую реализацию теоретических знаний с использованием инструментальных средств;
- комплексное применение компетенций, теоретических знаний, практических навыков и умений, приобретенных при изучении данной дисциплины.

При проведении контактных занятий, выдаче материалов и заданий ко всем заявленным видам контактной и самостоятельной работы обучающихся, контроле текущей успеваемости по ним, а также при промежуточной аттестации по дисциплине преподаватель обязан руководствоваться сроками, указанными в учебно-методической карте дисциплины и графике учебного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине. При этом не должно возникать противоречий с утвержденным Положением о текущем контроле

успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся МФ МГТУ им. Баумана.

При **контроле текущей успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся** преподаватель обязан пользоваться оценочными средствами, критериями оценки и начисления рейтинговых баллов, представленными в фонде оценочных средств по данной дисциплине.