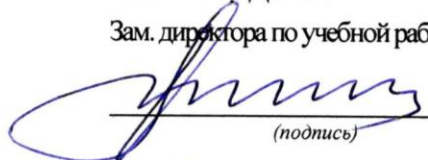


**Космический факультет**  
**К4-МФ «Экономика и управление»**

«УТВЕРЖДАЮ»

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

  
(подпись) (Макуев В.А.)

« 29 » 04 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«МАРКЕТИНГ ПРОДУКЦИИ**  
**ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ»**

Направление подготовки

**38.03.02 « Менеджмент»**

Направленность подготовки

**«Управление технологическими инновациями»**

Квалификация выпускника

**Бакалавр**

Форма обучения – очная  
Срок освоения – 4 года  
Курс – I,II  
Семестр – 5

Трудоемкость дисциплины:	– 6 зачетных единиц
Всего часов	– 216 час.
Из них:	
Аудиторная работа	– 90 час.
Из них:	
лекций	– 36 час.
практические занятия	- 54 час.
Самостоятельная работа	– 90 час.
Подготовка к экзамену:	- 36 час.
Формы промежуточной аттестации:	
Экзамен	– 5 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. преподаватель  
(должность, ученая степень, ученое звание)

  
(подпись)

Макарова В.В.  
(Ф.И.О.)

«17» 04 2019г.

Рецензент:  
Профессор, д.э.н., профессор  
(должность, ученая степень, ученое звание)

  
(подпись)


М.А. Меньшикова  
(Ф.И.О.)

«17» 04 2019г.

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

Протокол № 7 от « 17 » 04 2019г.

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 2019г.

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 2019г.

## 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 .....	6
2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ .....	7
3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	8
3.1. Тематический план .....	8
3.2. Учебно-методическое обеспечение для контактной работы обучающихся с преподавателем .....	8
3.2.1. Содержание разделов дисциплины, объем в лекционных часах .....	9
3.2.2. Практические занятия и семинары .....	9
3.2.3. Лабораторные работы .....	10
3.2.4. Инновационные формы учебных занятий .....	10
3.3. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	11
3.3.1. Расчетно-графические работы и домашние задания .....	11
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 .....	13
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 .....	14
5.1.3. Нормативные документы .....	14
5.1.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и другие электронные информационные источники .....	14
5.2. Информационные технологии и другие средства, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине .....	14
5.3. Раздаточный материал .....	15
5.4. Примерный перечень вопросов по дисциплине .....	15
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА .....	16
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....	17
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЮ .....	19

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

Индекс	Наименование дисциплины и ее основные разделы (дидактические единицы)	Всего часов
<b>Б1.Б.17</b>	<p><b>Маркетинг продукции производственного назначения</b>            Характеристика особенностей промышленного рынка. Сущность и принципиальные особенности промышленного маркетинга. Особенности работы маркетолога на промышленном рынке. Формирование и анализ товарной политики на промышленном рынке. Характеристика процесса покупки и сбыта на промышленном рынке. Стратегические маркетинговые коммуникации на промышленном рынке.</p>	<b>216</b>

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

## 1.1. Цель освоения дисциплины

Промышленный маркетинг представляет собой самостоятельную экономическую дисциплину, включающую современные концепции и тенденции в области промышленного маркетинга, подходы и методы, используемые для принятия маркетинговых решений на рынке промышленных товаров и услуг.

Помимо теоретических знаний в указанных областях изучившие эту дисциплину студенты приобретают умения и навыки, позволяющие решать проблемы прикладного маркетинга в производственной и коммерческой деятельности промышленного предприятия.

## 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(ами) профессиональной деятельности:

*Организационно-управленческая деятельность:*

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

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

### ***Общепрофессиональные компетенции:***

ОПК-6 – владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;

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 на промышленном рынке;
- основные принципы региональной политики компании на *B2B*-рынке;

### **УМЕТЬ:**

- анализировать особенности поведения участников *B2B*-рынка;
- формировать трехуровневую модель взаимодействия участников *B2B*-рынка;

- формировать области по уровню прибыльности региональных продаж.

**ВЛАДЕТЬ:**

- разработкой маркетингового комплекса для предприятий в сфере *B2B*;
- методами преодоления дистанции между участниками промышленного рынка.

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

**ЗНАТЬ:**

- виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности бизнеса на промышленном рынке
- мотивы покупателя на *B2B*-рынке;
- этапы процесса принятия решения о покупке;

**УМЕТЬ:**

- оценивать и анализировать товарную политику компании, действующую на *B2B*-рынке;
- планировать мероприятие на *B2B*-рынке;

**ВЛАДЕТЬ:**

- навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на *B2B*-рынке;
- критериями оценки эффективности участия компании в выставках.

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

**ЗНАТЬ**

- виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности бизнеса на промышленном рынке;

**УМЕТЬ**

- формировать трехуровневую модель взаимодействия участников *B2B*-рынка;

**ВЛАДЕТЬ**

- навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на *B2B*-рынке;

### **1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Учебная дисциплина «Маркетинг продукции производственного назначения» входит в базовую часть блока Б1

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении следующих дисциплин: «Маркетинг», «Глобальная среда бизнеса», «Менеджмент» и др.

Полученные при изучении данной дисциплины знания, умения и навыки будут использоваться при изучении следующих дисциплин: «Маркетинг инноваций», «Управление бизнес-процессами»

## 2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины: в зачетных единицах – 6 з.е., в академических часах – 216 ак.час.

Вид учебной работы	Часов		Семестры	
	всего	в том числе в инновационных формах	5	
<b>Общая трудоемкость дисциплины:</b>	<b>216</b>		<b>216</b>	
<b>Аудиторная работа обучающихся с преподавателем:</b>	<b>90</b>		<b>90</b>	
Лекции (Л)	36		36	
Практические занятия (Пз) или семинары (С)	54	36	54	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>90</b>	-	<b>90</b>	
Проработка прослушанных лекций и учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку, изучение рекомендуемой литературы (Л)	9	-	9	
Подготовка к практическим занятиям (Пз)	13	-	13	
Выполнение домашних работ (Дз) – 1	3	-	3	
Подготовка к рубежному контролю (РК) – 2	6	-	6	
Выполнение других видов самостоятельной работы (Др)	59	-	59	
<b>Подготовка к экзамену:</b>	<b>36</b>	-	<b>36</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации:</b>	<b>Э</b>	-	<b>Э</b>	

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	
<b>5 семестр</b>											
1	Характеристика особенностей промышленного рынка. Методы стратегического анализа на промышленном рынке	<b>ОК-3, ОК-4, ОПК-6</b>	10	1-6						№1	42/70
2	Маркетинговое планирование на промышленном рынке, Формирование и анализ товарной и ценовой политики на промышленном рынке.	<b>ОПК-6, ОК-4</b>	12	7-16						№2	
3	Характеристика процесса покупки и сбыта на промышленном рынке. Политика продвижения и маркетинговые коммуникации на промышленном рынке.	<b>ОК-3, ОК-4, ОПК-6</b>	14	17-27		1					
ИТОГО текущий контроль результатов обучения в 5 семестре											<b>42/70</b>
Промежуточная аттестация (экзамен)											<b>18/30</b>
<b>ИТОГО</b>											<b>60/100</b>

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

На контактную работу обучающихся с преподавателем, согласно учебному плану, отводится – 90 часов.

Контактная работа обучающихся с преподавателем включает в себя:

- лекции – 36 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.



### 3.2.1. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ, ОБЪЕМ В ЛЕКЦИОННЫХ ЧАСАХ (Л) – 36 ЧАСА

№ Л	Раздел дисциплины и его содержание	Объем, часов
1	<b>Характеристика особенностей промышленного рынка.</b> Принципиальные отличия промышленного рынка от потребительского. Объект и предмет промышленного маркетинга. Структура промышленного рынка. <b>Методы стратегического анализа на промышленном рынке</b> Особенности организации и проведения маркетинговых исследований на промышленном рынке. Алгоритм построения матриц БКГ и портфолио-анализа. Сущность ABC-анализа.	10
2	<b>Маркетинговое планирование на промышленном рынке</b> Процесс маркетингового планирования и основное содержание плана маркетинга продукта. Типичные ошибки производственной компании в процессе маркетингового планирования. <b>Формирование и анализ товарной и ценовой политики на промышленном рынке.</b> Типология продукции промышленно-технического назначения. Основные вопросы товарной политики и товарный ассортимент. Факторы, определяющие ассортимент продукции и предпосылки расширения товарного ассортимента. Матрица БКГ как инструмент управления товарным ассортиментом. Этапы планирования товарного ассортимента. Формирование цены на промышленном рынке и виды ценовых стратегий предприятия.	12
3	<b>Характеристика процесса покупки и сбыта на промышленном рынке.</b> Основные способы закупки на промышленном рынке. Факторы, формирующие покупательское поведение. Закупочный центр и распределение ролей в нем. Особенности сегментации и основные подходы к выявлению рыночных ниш компании на B2B-рынке. Основные критерии и признаки сегментации на промышленном рынке. Характеристика основных методов сбыта на B2B-рынке. Типы посредников. Организация каналов сбыта и управление их деятельностью. <b>Политика продвижения и маркетинговые коммуникации на промышленном рынке.</b> Стратегические маркетинговые коммуникации на промышленном рынке. Алгоритм формирования и реализации программы построения стратегических коммуникаций компании на промышленном рынке. Основные формы осуществления маркетинговых коммуникаций на промышленном рынке.	14

### 3.2.2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (Пз) – 54 ЧАСА

Проводится 27 практических занятий по следующим темам:

№ Пз(С)	Тема практического занятия (семинара) и его содержание	Объем, часов	Раздел дисциплины	Виды контроля текущей успеваемости
1	Типы и особенности участников промышленного рынка. Характеристика спроса и дистанция между партнерами. Формы кооперации на промышленном рынке РФ.	2	1	РК№1
2	Особенности промышленного маркетинга и работы маркетолога на промышленном рынке	2	1	РК№1
3	Основные направления маркетинговых исследований на B2B рынках	2	1	РК№1
4	Построение матрицы БКГ	2	1	РК№1
5	Матрица портфолио-анализа. Диагностические зоны	2	1	РК№1
6	Проведение ABC-анализа по исходным данным. Анализ причин ухода клиентов и влияния факторов предпочтений внутри групп ABC-анализа	2	1	РК№1
7	Цели и типы маркетинговых планов предприятия. Основные составляющие маркетингового плана.	2	2	РК№2

№ Пз(С)	Тема практического занятия (семинара) и его содержание	Объем, часов	Раздел дисциплины	Виды контроля текущей успеваемости
8	Анализ типового плана маркетинга	2	2	РК№2
9	Выполнение КР №1	2	2	РК№2
10	Типология продукции промышленно-технического назначения. Особенности маркетинга сырьевых товаров.	2	2	РК№2
11	Специфика деловых услуг как продукта. Аутсорсинг деловых услуг.	2	2	РК№2
12	Этапы планирования товарного ассортимента.	2	2	РК№2
13	Торговая марка на рынке В2В: значение, ценность для потребителя, элементы доверия со стороны потребителя.	2	2	РК№2
14	Модели ценообразования на промышленном рынке	2	2	РК№2
15	Классификация цен и схема процесса ценообразования.. структура цены с точки зрения производителя.	2	2	РК№2
16	Выполнение КР №2	2	2	РК№2
17	Факторы выбора поставщика. Тактика поставщика в зависимости от ситуаций закупки.	2	3	ДЗ
18	Подходы к выделению основных критериев сегментации рынка В2В.	2	3	ДЗ
19	Выбор критериев сегментации: анализ кейсов	2	3	ДЗ
20	Понятие и характеристики каналов сбыта.	2	3	ДЗ
21	Планирование каналов сбыта.Отбор посредников. Основные виды мотивации посредников	2	3	ДЗ
22	Особенности личных продаж на рынке В2В.	2	3	ДЗ
23	Выполнение КР №3	2	3	ДЗ
24	Отличие маркетинговых коммуникаций на промышленном рынке от потребительского	2	3	ДЗ
25	Событийный маркетинг	2	3	ДЗ
26	Выставки как маркетинговый инструмент	2	3	ДЗ
27	Интернет-продвижение на рынке В2В	2	3	ДЗ

### 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 (в группах)
- Деловая игра
- Решение ситуационных задач
- Кейс-метод
- Дискуссия

При этом предусматривается использование таких вспомогательных средств, как интерактивные доски, мультимедийные проекторы, раздаточные материалы и т.п..

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

На самостоятельную работу обучающихся, согласно учебному плану, отводится – 90 часов.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- проработку прослушанных лекций (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) – 9 часов;
- подготовку к практическим занятиям или семинарам, решение задач и упражнений, выполнение переводов с иностранных языков – 13 часов;
- выполнение домашнего задания – 3 часов;
- выполнение других видов самостоятельной работы – 59 часов;
- подготовку к рубежному контролю – 6 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) – 3 ЧАСОВ

Выполняется 1 домашнее задание по следующим темам:

№ п/п	Рекомендуемые темы рефератов	Объем, часов	Раздел дисциплины
1.	Аутсорсинг как способ организации закупочной деятельности предприятия	3	3
2.	Благотворительность как стратегия продвижения бренда в сфере B2B	3	3
3.	Брендинг на промышленном B2B рынке	3	3
4.	Внешние источники маркетинговой информации промышленного предприятия	3	3
5.	Коммуникационная политика промышленного предприятия	3	3
6.	Конкурентные торги, как форма совершения сделки на B2B рынке	3	3
7.	Маркетинговые коммуникации на B2B рынке	3	3
8.	Модели покупательского поведения предприятия на B2B рынке	3	3
9.	Объекты интеллектуальной собственности как источник идеи для нового товара	3	3
10.	Организация маркетингового планирования на предприятии	3	3
11.	Организация работы отдела маркетинга на промышленном предприятии	3	3
12.	Особенности директ-маркетинга в сфере B2B	3	3
13.	Особенности личных продаж в сфере B2B	3	3
14.	Особенности сегментирования B2B рынков	3	3
15.	Особенности создания сайта промышленной компании в сети Интернет	3	3
16.	Особенности спроса на B2B рынке	3	3
17.	Отличительные особенности B2B от B2C рынков	3	3
18.	План мероприятий подготовки предприятия для участия в выставке	3	3
19.	Подходы к анализу товарного портфеля промышленного предприятия	3	3
20.	Позиционирование на B2B рынке	3	3
21.	Проблемы развития промышленных брендов в сфере B2B	3	3

№ п/п	Рекомендуемые темы рефератов	Объем, часов	Раздел дисциплины
22.	Промышленный шпионаж: разрешенные и неразрешенные методы	3	3
23.	Процесс принятия решения о закупке на B2B рынке	3	3
24.	Разработка программы лояльности на B2B рынке	3	3
25.	Разработка стратегии интернет маркетинга в B2B сфере	3	3
26.	Роль бенчмаркинга в деятельности промышленного предприятия	3	3
27.	Роль маркетинга в условиях кризиса на B2B рынке	3	3
28.	Роль посредников на B2B рынке	3	3
29.	Роль сервисного обслуживания на B2B рынке	3	3
30.	Современные подходы к сегментированию на B2B рынке	3	3
31.	Социальная ответственность как инструмент коммуникации с промышленным рынком	3	3
32.	Социально-ответственный маркетинг на B2B рынке	3	3
33.	Специфика бренд-менеджмента на промышленных рынках	3	3
34.	Спонсорство как эффективная маркетинговая технология при продвижении продукта на B2B рынке	3	3
35.	Спонсорство на промышленных рынках: проблемы и перспективы развития	3	3
36.	Стратегии промышленной дистрибуции	3	3
37.	Стратегии ценообразования на B2B рынке	3	3
38.	Стратегическое планирование на B2B рынке	3	3
39.	Функции специалиста по маркетингу на промышленном предприятии	3	3
40.	Этика в промышленном маркетинге	3	3

### 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) – 6 ЧАСОВ

1	Методы стратегического анализа (матрица БКГ, ABC-анализ) и маркетинговое планирование	2	1
2	Планирование товарного ассортимента и формирование цены	2	2

### 3.3.5. ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ (ДР) – 59 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. КУРСОВОЙ ПРОЕКТ (КП) ИЛИ КУРСОВАЯ РАБОТА (КР) – 0 ЧАСОВ

Курсовой проект или курсовая работа учебным планом не предусмотрены.

#### 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:

№ п/п	Раздел дисциплины	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции	Текущий контроль результатов обучения, баллов (мин./макс.)
2	1	РК№1	ПК-3,ПК-6	12/20
		<b>Всего за модуль</b>		<b>12/20</b>
2	2	РК№2	ПК-3,ПК-6	12/20
		<b>Всего за модуль</b>		<b>12/20</b>
2	3	ДЗ	ПК-3,ПК-6	18/30
		<b>Всего за модуль</b>		<b>18/30</b>
<b>Итого:</b>				<b>42/70</b>

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.)
5	1,2	Экзамен (Э)	да	<b>18/30</b>

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. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00628-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450547>

##### **Дополнительная литература:**

2. Годин, А. М. Маркетинг: учебник / А.М.Годин. Москва: Дашков и К, 2014. 728с. Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки «Экономика», «Менеджмент» и «Торговое дело» (квалификация «бакалавр»). — ISBN 978-5-394-02389- 7

3. Костромина, Е. В. Авиатранспортный маркетинг: учебник / Е. В. Костромина. 2-е изд., испр. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2014. 360 с.

4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: [учебник для вузов] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. 14-е изд. СПб: Питер, 2014. 800 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**

При изучении данной дисциплины нормативные документы не предусмотрены.

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

1. Академик [Электронный ресурс] [dic.academic.ru](http://dic.academic.ru) URL: <https://dic.academic.ru/>

2. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] [aup.ru](http://www.aup.ru) URL: <http://www.aup.ru/>

3. Энциклопедия экономиста [Электронный ресурс] [grandars.ru](http://www.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	<a href="#">Электронно-библиотечная система издательства «Лань»</a> (электронная учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины)	1-3	Л, Пз
2	<a href="#">Электронные издания Издательства МГТУ им. Н. Э. Баумана</a> (электронная учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины)	1-3	Л, Пз
3	<a href="#">Электронный каталог библиотеки МГУЛ</a> (учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины)	1-3	Л, Пз
4	Электронная библиотека Юрайт (учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины) <a href="https://biblio-online.ru">https://biblio-online.ru</a>	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. Подходы к разделению маркетинга
2. Принципиальные различия промышленного и потребительского рынка
3. Объект и предмет промышленного маркетинга
4. Структура промышленного рынка
5. Принципы и особенности промышленного маркетинга
6. Товары производственно-технического назначения
7. Капитальное и дополнительное оборудование
8. Вспомогательное оборудование
9. Сырье, полуфабрикаты и готовые изделия
10. Услуги производственного назначения
11. Особенности участников промышленного рынка
12. Особенности спроса на промышленном рынке
13. Формы кооперации
14. Типы конкурентных рынков
15. Характеристики товарного ассортимента
16. Матрица БКГ. Достоинства и недостатки.
17. Элементы доверия к торговой марке
18. Портфолио-анализ.
19. ABC-анализ. Достоинства и недостатки.
20. Модели ценообразования
21. Модель, ориентированная на издержки
22. Модель, ориентированная на потребителя
23. Модель, ориентированная на конкурента
24. Основные этапы ценообразования на промышленном рынке
25. Классификация цен
26. Оптовые и розничные цены
27. Твердые, подвижные, скользящие цены
28. Постоянные, сезонные, ступенчатые цены
29. Нетто и брутто цены

30. Виды скидок на промышленном рынке
31. Ценовые стратегии предприятия
32. Стратегия снятия сливок и стратегия проникновения
33. Стратегия среднерозничных и стабильных цен
34. Стратегия скользящей падающей цены и роста проникающей цены
35. Стратегия преимущественной цены и стратегия дискриминации цен
36. Мотивы покупки в промышленной среде
37. Факторы выбора поставщика
38. Организация поставки продукта и ее элементы
39. Этапы процесса решения о покупке
40. Информация при проведении переговоров
41. Закупочный центр и его роли
42. Сегментация, целевой рынок, целевой сегмент
43. Признаки сегментации на деловом рынке
44. Сбыт продукции, канал сбыта, товародвижение
45. Методы сбыта продукции на промышленном рынке
46. Прямой сбыт и рекомендации к использованию
47. Косвенный сбыт и рекомендации к использованию
48. Комбинированный сбыт
49. Личные продажи и ее достоинства
50. Процесс личных продаж на промышленном рынке
51. Зависимые каналы распределения на региональных рынках
52. Независимые компании и франшизы
53. Стратегические маркетинговые коммуникации
54. Группы стратегических маркетинговых коммуникаций
55. Средства прямого воздействия
56. Средства косвенного воздействия
57. Дополнительные средства
58. Пресс-конференции на промышленном рынке
59. Правила проведения пресс-конференций
60. Событийный маркетинг
61. Структура имиджа компании
62. Этапы событийного маркетинга
63. Цели событийного маркетинга
64. Выставки на промышленном рынке, их цели и виды

## 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
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (учебная аудитория) (ГУК-439)	Стол для преподавателя – 1 шт., стул - 1 шт., кафедра - 1 шт., скамья-пюпитр – 20 шт., доска маркерная – 2 шт.	1-3	Л, Пз



## 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 и семинарские занятия** проводятся для закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения для решения практических задач в предметной области дисциплины.

**Лабораторные работы** предназначены для приобретения опыта практической реализации полученных теоретических знаний. Методические указания к лабораторным работам прорабатываются студентами во время самостоятельной подготовки. Необходимый уровень подготовки контролируется преподавателем перед проведением лабораторных работ.

**Самостоятельная работа** студентов включает проработку лекционного курса, подготовку к практическим, семинарским занятиям и лабораторным работам, выполнение всех заявленных в рабочей программе видов самостоятельной работы (выполнение домашних заданий, расчетно-графических и расчетно-проектировочных работ, курсовых проектов и работ, подготовку к контрольным работам, написание рефератов 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 учебно-образовательного процесса и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, который входит в состав рабочей программы.

Готовясь, по всем непонятным моментам обращаться за методической помощью к преподавателю. Своевременная и качественная 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 в бухгалтерских информационных системах.

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.

**Лабораторные работы** предназначены для приобретения обучающимися опыта практической реализации полученных теоретических знаний. Методические указания к лабораторным работам должны прорабатываться обучающимися во время самостоятельной подготовки. Перед проведением лабораторных работ преподаватель контролирует необходимый уровень подготовки обучающихся к их выполнению.

**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, представленных в фонде оценочных средств по данной дисциплине.