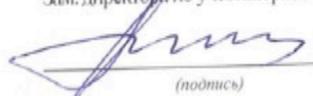


Космический факультет
К4-МФ «Экономика и управление»

«УТВЕРЖДАЮ»

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

 (Макуев В.А.)
(подпись)

« 29 » 04 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ
КОММУНИКАЦИИ»

Направление подготовки
38.04.02 «Менеджмент»

Направленность подготовки
«Маркетинг и продажи»

Квалификация выпускника
Магистр

Форма обучения – очная
Срок освоения – 2 года
Курс – 1
Семестр – 1

Трудоемкость дисциплины: – 5 зачетных единиц
Всего часов – 180 час.
Из них:
Аудиторная работа – 54 час.
Из них:
Лекции – 18 час.
практические занятия – 36 час.
Самостоятельная работа – 90 час.
Подготовка к экзамену: – 36 час.
Формы промежуточной аттестации:
Экз Кур – 1 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.

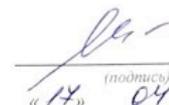
Автор:
Профессор, к. э. н., доцент
(должность, ученая степень, ученое звание)


(подпись)

Букова А.А.
(Ф.И.О.)

«14» 04 2019 г.

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


(подпись)

М.А. Меньшикова
(Ф.И.О.)

«14» 04 2019 г.

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

Протокол № 7 от «14» 04 2019 г.

Заведующий кафедрой, к.э.н.,
доцент
(ученая степень, ученое звание)

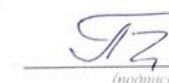

(подпись)

Назаренко Е.Б.
(Ф.И.О.)

Рабочая программа одобрена на заседании научно-методического совета Космического факультета

Протокол № 6 от «26» 04 2019 г.

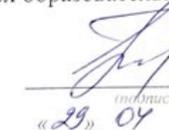
Декан факультета, к. т. н.,
доцент
(ученая степень, ученое звание)


(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 (<i>модулю</i>), 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 аудиторной работы обучающихся с преподавателем	8
3.2.1. Содержание разделов дисциплины, объем в лекционных часах	9
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	12
3.3.1. Расчетно-графические работы и домашние задания	11
3.3.2. Рефераты	11
3.3.3. Контрольные работы	12
3.3.4. Рубежный контроль	12
3.3.5. Другие виды самостоятельной работ	12
3.3.5. Курсовая работа	12
4. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	13
4.1. Текущий контроль успеваемости обучающихся	14
4.2. Промежуточная аттестация обучающихся	14
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
5.1. Рекомендуемая литература	15
5.1.1. Основная и дополнительная литература	15
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. 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	20
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЮ	23
ПРИЛОЖЕНИЯ	
Карта обеспеченности литературой дисциплины	
График учебного процесса по дисциплине	

Выписка из ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность подготовки «Маркетинг и продажи» для учебной дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации»:

Индекс	Наименование дисциплины и ее модулей	Всего часов
Б1.В.03	ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ Предмет и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Комплекс продвижения с помощью ИМК. Стратегия и тактика осуществления интегрированных маркетинговых коммуникаций. Планирование бюджета и распределение средств. Медиапланирование.	180

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

1.1. Цель освоения дисциплины

Система маркетинговых коммуникаций является одним из основных элементов комплекса маркетинга. Цель дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации» - рассмотреть теоретические основы и сформировать у обучающихся практические навыки в создании эффективных стратегий продвижения товаров или услуг на рынок. Изучить формы и инструменты маркетинговых коммуникаций, а также процессы планирования и реализации коммуникационной политики предприятия в целом; раскрыть специфические проблемы и способы их решения в области формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций.

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 видами профессиональной деятельности:

Научно-исследовательская деятельность:

– поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в сфере продвижения продукта;

– анализ существующих форм организации и процессов управления маркетингом, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию с использованием методов интегрированных маркетинговых коммуникаций.

В соответствии с ОПОП ВО по данному направлению и направленности подготовки процесс обучения по данной дисциплине направлен на формирование следующих планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся, установленных ФГОС ВО или их элементов):

Общекультурные компетенции

ОК-1 – способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

ОК-2 - готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;

ОК-3 – готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

Общепрофессиональные компетенции

ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

ОПК-3 - способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования;

Профессиональные компетенции:

ПК-6 - способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;

ПК-7 - способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.

ПК-9 - способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

По компетенциям **ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-3** обучающийся должен:

УМЕТЬ:

Составлять психо-социологический портрет целевой аудитории и выбирать тип позиционирования товара

Сегментировать рынок с целью выявления типовых подгрупп (сегментов) целевой аудитории –

Выявлять текстовые и визуальные ошибки сообщения

ВЛАДЕТЬ:

- Методикой анализа осуществленных маркетинговых коммуникаций;

По компетенциям **ПК-6; ПК-7; ПК-9** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- Элементы комплекса продвижения продукта
- Специфику СМИ как средств маркетинговой коммуникации
- Структуру планирования интегрированных маркетинговых коммуникаций и

проведения рекламной кампании

УМЕТЬ:

• системно мыслить; диагностировать и структурировать проблемы организации; применять на практике теоретические принципы, методы и модели менеджмента.

- Осуществлять ситуационный анализ в целях планирования продвижения
- Определять основные и оперативные цели рекламной кампании
- Сегментировать рынок с целью выявления типовых подгрупп (сегментов)

целевой аудитории

• Составлять психо-социологический портрет целевой аудитории и выбирать тип позиционирования товара

- Выявлять текстовые и визуальные ошибки сообщения
- Оценивать эффективность выбора средств коммуникации

ВЛАДЕТЬ:

- Навыками отбора медианосителей
- Методикой отбора партнеров и каналов коммуникации
- Методикой оценки коммуникационного сообщения

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Данная дисциплина входит в вариативную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Изучение данной дисциплины предполагает знание обучающимися сущности маркетинговой концепции управления предпринимательской деятельностью фирмы.

Полученные при изучении данной дисциплины знания, умения и навыки будут использоваться при изучении следующих дисциплин: «Маркетинг услуг», «Международный маркетинг», «Маркетинг в сфере B2B».

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины: в зачетных единицах – 5 з.е., в академических часах – 180 ак.час.

Вид учебной работы	Часов		Семестры	
	всего	в том числе в инновационных формах	2	
Общая трудоемкость дисциплины:	180		180	
Аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	54	23	54	
Лекции (Л)	18	9	18	
Практические занятия (Пз)	36	14	36	
Самостоятельная работа обучающихся:	90	-	90	
Проработка прослушанных лекций и учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку, изучение рекомендуемой литературы (Л) – 9	4	-	4	
Подготовка к практическим занятиям (Пз)	9	-	9	
Контрольная работа	3	-	3	
Курсовая работа	36	-	36	
Другие виды самостоятельной работы	38		38	
Подготовка к экзамену:	36	-	36	
Форма промежуточной аттестации:	Э, Кур	-	Э, Кур	

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Контактная работа обучающихся с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося и вид оценочных средств контроля текущей успеваемости				Текущий контроль результатов обучения и промежуточная аттестация, баллов по модулям (мин./макс.)	
			Л, часов	№ Пз	№ Лр	№ Дз	№ Р	№ Кр	Др		
1 семестр											
1	Предмет и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Комплекс продвижения помощью ИМК. Стратегия и тактика осуществления интегрированных маркетинговых коммуникаций.	ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОПК-1 ОПК-3 ПК-6 ПК-7 ПК-9	14	1-13	-					КуР	30/40
2	Планирование бюджета и распределение средств. Медиапланирование.	ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОПК-1 ОПК-3 ПК-6 ПК-7 ПК-9	4	14-18	-					Кр1	12/30
Итого текущий контроль результатов обучения в 1 семестре											42/70
Промежуточная аттестация (экзамен)											18/30
ИТОГО											60/100

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

На аудиторную работу обучающихся с преподавателем, согласно учебному плану, отводится – 36 часов.

Аудиторная работа обучающихся с преподавателем включает в себя:

- лекции – 18 часов;
- практические занятия – 36 часов.

Часы выделенные по учебному плану на экзамен в общее количество часов на аудиторную работу обучающихся с преподавателем не входят, 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 экзамен, в соответствии с нормативами нагрузки преподавателей, утверждаемыми в университете ежегодно.

3.2.1. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ, ОБЪЕМ В ЛЕКЦИОННЫХ ЧАСАХ (Л) – 18 ЧАСОВ

№ Л	Раздел дисциплины и его содержание	Объем часов
1.	<p>Комплекс продвижения. Предмет и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Классические элементы комплекса продвижения: реклама, связи с общественностью, sales promotion, личные продажи. Их преимущества и недостатки. Понятие «Интегрированные маркетинговые коммуникации».</p>	2
2.	<p>Структура взаимодействия участников коммуникационного процесса. Коммуникационная среда предприятия. Рекламные агентства и агентства маркетинговых коммуникаций: структура, типы, функции. PR-агентства и ассоциации. Исследовательские организации. Рекламодатель, типы и функции.</p>	2
3	<p>Организация маркетинговых коммуникаций на предприятии. Структура взаимоотношений организации-заказчика, рекламного или PR-агентства, других партнеров коммуникационного процесса. Информационное обеспечение коммуникационной кампании. Договор. Бриф. Контроль за выполнением заказа</p>	2
4	<p>Планирование интегрированных маркетинговых коммуникаций. Связь маркетинговой и коммуникационной политики организации. Маркетинговые исследования при планировании ИМК. Этапы планирования ИМК. Схема планирования ИМК. Отличие от традиционного планирования продвижения.</p>	2
5	<p>Стратегия и тактика осуществления интегрированных маркетинговых коммуникаций. Целеполагание в ИМК: соотношение маркетинговых и коммуникационных целей, понятие промежуточных переменных рекламного отклика, SMART - критерии постановки целей. Особенности сегментации и позиционирования при планировании интегрированных коммуникаций. Взаимосвязь маркетинговой стратегии предприятия и стратегии продвижения. Основные типы стратегий продвижения продукта,</p>	2
6	<p>Стратегия и тактика сообщения. Основные типы стратегий. Концепция «уникального торгового предложения». Понятие об основах психологии рекламы. Особенности организации рекламного текста. Невербальные маркетинговые коммуникации.</p>	2
7	<p>Маркетинговые PR: сущность, методика, основные инструменты. Мероприятия sales promotion. Особенности продвижения на рынке B2B. Выставки как инструмент ИМК.</p>	2
8	<p>Планирование бюджета и распределение средств. Медиапланирование. Носители коммуникационного сообщения. Специфика отдельных категорий СМИ как носителей рекламы. Выбор эффективных носителей сообщения. Показатели медиапланирования. Тактическое планирование: формирование схемы размещения заказа Методы планирования бюджета продвижения. Оценка коммуникативной и экономической эффективности продвижения.</p>	2
9	<p>Правовое регулирование интегрированных маркетинговых коммуникаций. Государственное регулирование: Закон РФ «О рекламе». Добровольное регулирование рекламной деятельности и деятельности в сфере паблик рилейшнз.</p>	2

3.2.2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (Пз) – 36 ЧАСОВ

Проводится 18 практических занятий и семинаров по следующим темам:

№ Пз (С)	Тема практического занятия (семинара) и его содержание	Объем часов	Раздел дисциплины	Виды контроля текущей успеваемости
1.	Комплекс продвижения. Предмет и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Анализ кейсов на сравнение традиционной модели продвижения и ИМК – модели.	2	1	КуР
2.	Рекламные агентства: структура, типы, функции. Знакомство с услугами и условиями сотрудничества различных рекламных агентств.	2	1	КуР
3	Принятие решения о выборе рекламного агентства и о структуре взаимодействия участников коммуникационного процесса.	2	1	КуР
4	Информационное обеспечение рекламной кампании. Практикум по написанию брифа.	2	1	КуР
5	Планирование интегрированных маркетинговых коммуникаций. Маркетинговые исследования при планировании ИМК. Сравнение данных исследовательских организаций по различным видам СМИ.	2	1	КуР
6	Целеполагание в ИМК . Взаимосвязь маркетинговой стратегии предприятия и стратегии продвижения Использование SMART - критериев в постановке целей (анализ кейсов).	2	1	КуР
7	Особенности сегментации и позиционирования при планировании коммуникаций.	2	1	КуР
8	Практикум по сегментации рынка. Характеристика целевой группы потребителей. Позиционирование товара для выбранной группы.	2	1	КуР
9	Основные типы стратегий продвижения продукта, Выбор стратегии сообщения. Решение ситуационных задач.	2	1	КуР
10	Особенности организации рекламного текста. Анализ ошибок вербального и визуального ряда рекламного сообщения.	2	1	КуР
11	Маркетинговые PR Основные виды специальных событий: Приемы, посещения, презентации, церемонии открытия, Дни открытых дверей, конференции, круглые столы. Принципы и особенности их организации.	2	1	КуР
12	Мероприятия sales promotion. Особенности продвижения на рынке B2B. Выставки как инструмент ИМК.	2	1	КуР
13	Цели экспозиционной деятельности фирмы, принятие решения	2	1	КуР

№ Пз (С)	Тема практического занятия (семинара) и его содержание	Объем часов	Раздел дисциплины	Виды контроля текущей успеваемости
	об экспонировании.			
14	Подготовка к выставке: концепция, задачи, финансово-техническое обеспечение, реклама, каталог, разработка мероприятий, фирменная одежда. Оценка экспозиционирования. Основные причины неудач.	2	1	КуР
15	Показатели медиапланирования. Тактическое планирование: формирование схемы размещения заказа (разработка проекта). Составление сетки медиаплана.	2	1	Кр1
16	Методы планирования бюджета продвижения. Оценка коммуникативной и экономической эффективности продвижения. Расчет показателей медиапланирования (CPR, CPT)	2	2	Кр1
17	Правовое регулирование интегрированных маркетинговых коммуникаций.	2	2	Кр1
18	Практикум по изучению законодательства в области рекламы.	2	2	Кр1

3.2.3. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛР) – 0

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

3.2.4. ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

При изучении данной дисциплины применяются следующие инновационные формы учебных занятий

- интерактивная лекция;
- работа в команде (в группах);
- подготовка презентаций к защите курсовой работы;
- изучение практических ситуаций.

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

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

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

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- проработку прослушанных лекций, учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку, изучение рекомендованной литературы – 4 часа;
- подготовку к практическим занятиям –9 часов;
- подготовку к выполнению контрольной работы – 3 часа;
- написание и защита курсовой работы – 36 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.

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

3.3.1. ДОМАШНИЕ ЗАДАНИЯ (ДЗ) – 0 ЧАСОВ

Домашние задания учебным планом не предусмотрены.

3.3.2. РЕФЕРАТЫ – 0 ЧАСОВ

Рефераты учебным планом не предусмотрены.

3.3.3. КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ (КР) – 3 ЧАСА

Выполняется 1 контрольная работа по следующей теме:

№ Кр	Тема контрольной работы	Объем часов	Раздел дисциплины
1	Планирование бюджета и распределение средств. Правовое регулирование интегрированных маркетинговых коммуникаций.	3	2

3.3.4. РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ (РК) – 0 ЧАСОВ

3.3.5. ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ (ДР) – 38 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 (КУР) – 36 ЧАСОВ

Примерные темы курсовых работ:

Курсовая работа выполняется по единой для всех студентов теме, но на разном фактическом материале. Выбор фактического материала осуществляется студентом самостоятельно, согласуется с преподавателем и утверждается им. Основные требования к написанию курсовой работы представлены в «Задании на выполнение курсовой работе». По согласованию с преподавателем возможно написание курсового проекта по теме, предложенной студентом.

№ п/п	Тема курсовой работы	Раздел дисциплины
1.	«Разработка продвижения продукта «_____» компании «_____» с использованием методов интегрированных маркетинговых коммуникаций.» <i>Обучающийся должен провести ситуационный анализ фактического материала, выбрать и обосновать стратегию продвижения и сочетания элементов ИМК в ней, разработать план и бюджет осуществления мероприятий ИМК.</i>	1

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.)
1	1	Курсовая работа	ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОПК-1 ОПК-3 ПК-6 ПК-7 ПК-9	30/38
2	1	Контроль посещаемости	ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОПК-1 ОПК-3 ПК-6 ПК-7 ПК-9	0/2
Всего за модуль				30/40
1	2	Контрольная работа	ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОПК-1 ОПК-3 ПК-6 ПК-7 ПК-9	12/28
2	2	Контроль посещаемости	ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОПК-1 ОПК-3 ПК-6 ПК-7 ПК-9	0/2
Всего за модуль				12/30
Экзамен				18/30
Итого:				60/100

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.)
3	1-2	<i>Экзамен</i>	да	18/30

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
85 – 100	отлично
71 – 84	хорошо
60 – 70	удовлетворительно
0 – 59	неудовлетворительно

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

5.1.1. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 352 с. ISBN 978-5-534-09873-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/428806>
2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 396 с. ISBN 978-5-534-09875-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/428807>
3. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433656>

Дополнительная литература:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов / Пер. с англ. 2 изд. — М.: Издательский дом Гребенникова, 2014.
2. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425989>
3. Котлер Ф., Гари А. Основы маркетинга. - 5-е изд. - М.: Вильямс. – 2017.
4. Литвинов, Н.Н. Бренд-культура: завоевание расположения клиента // Бренд-менеджмент, 2017.
5. Тульчинский Г.Л. Бренд – менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие. – 2-е издание. – М.: Юрайт, 2019.
6. Ламбен, Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник для слушателей по программам «Мастер делового администрирования»: пер. с англ. / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг . - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2010. - 720 с.

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

Пособия рабочей программой не предусмотрены

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

<http://www.cfin.ru/management/> - сайт "Корпоративный менеджмент"

<http://www.akarussia.ru/> Ассоциация коммуникационных агентств России

<http://www.fas.gov.ru/adcontrol/index.shtml> Федеральная Антимонопольная Служба РФ, контроль и надзор в сфере рекламы

<http://www.warc.com/> World Advertising Research Center

<http://www.epica-awards.com/> Независимый европейский конкурс рекламного креатива

<http://www.raso.ru/> Российская ассоциация по связям с общественностью

<http://pr-life.ru/> Информационный портал по проблемам PR

www.zhuk.net - журнал "Управление компанией"

www.rjm.ru - Российский журнал менеджмента

www.dis.ru - издательство "Дело и сервис" (журнал "Маркетинг в России и за рубежом")

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, Ср
2	Электронные издания Издательства МГТУ им. Н. Э. Баумана (электронная учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины)	1-3	Л, Пз, Ср
3	Электронный каталог библиотеки МГУЛ (учебная, методическая и научная литература по тематике дисциплины)	1-3	Л, Пз, Ср

5.3. РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

При изучении данной дисциплины раздаточный материал не используется.

5.4. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При проведении промежуточного контроля для оценки результатов изучения дисциплины вынесены следующие вопросы:

1. Маркетинговый комплекс и комплекс продвижения. Элементы комплекса продвижения, их преимущества и недостатки.
2. Модель коммуникации Клода Шеннона
3. Предпосылки возникновения концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций. Пример использования концепции ИМК.
4. Сущность концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций. Пример использования концепции ИМК.
5. Рекламные агентства, их функции.
6. Структура рекламного агентства.
7. Классификация рекламных агентств.
8. Специфика работы агентства полного цикла.
9. Информационное обеспечение рекламной кампании. Договор между рекламодателем и рекламным агентством. Бриф.
10. Связь маркетинговой и коммуникационной политики организации.
11. Маркетинговые исследования при планировании ИМК.
12. Реклама как один из основных компонентов комплекса продвижения.

13. СМИ как компонент сферы коммуникационного менеджмента. Специфика электронных СМИ как носителей рекламы.
14. СМИ как компонент сферы коммуникационного менеджмента. Специфика печатных СМИ как носителей рекламы.
15. СМИ как компонент сферы коммуникационного менеджмента. Специфика сети Интернет как носителей рекламы.
16. Связи с общественностью как элемент маркетинговых коммуникаций.
17. Основные группы общественности Правила общения со СМИ, основные в PR. материалы для прессы.
18. Организация специальных событий.
19. Стимулирование продаж как элемент маркетинговых коммуникаций.
20. Методы стимулирования продаж, направленные на конечного потребителя.
21. Методы стимулирования продаж, направленные на посредников.
22. Ценность ТМ для потребителя и организации.
23. Сущность медиапланирования.
24. Охват аудитории, средняя частота рекламных контактов.
25. Закон РФ «О рекламе»: общие требования к рекламе, недобросовестная, недостоверная реклама.

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 (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 30.09.2019г. Прикладное ПО: Office 2010	1 - 3	Л, Пз
2	Читал. зал для самостоятельной работы студентов (ГУК-373)	1. Тумба выкатная Ясень Альтера /серый - 6 шт. 2. Каталожный модуль на 20 ящиков - 1 шт. 3. Шкаф книжный открытый 305, в т.ч. двери стеклянные - 2 шт. 4. Стеллажи для книг металлические - 55 шт. 5. Стулья «Изо» - 26 шт. 6. Компьютерное кресло - 3 шт. 7. Стол читательский (550 Бук Бавария) -13 шт. 8. Кафедра выдачи -1 шт. Систем.блок ICL Intel(R) Core (TM) 3,2 GHz ОЗУ 8 ГБ Жест.диск 1Тб/Монитор/клавиатура/мышь – 10 шт. Базовое ПО: Windows 10 Pro, ПО приобретено с оборудованием; Прикладное ПО: AutoCAD 2018 Лицензия:566-84585926 от 2018-2020г.г.; SolidWorks 2010, Договор №Ш31109М от 13 января 2010 г; Свободно распространяемое ПО: OpenOffice 4.1.6 (ru), https://www.openoffice.org/ , Бесплатная, Freeware 01.09.2019; VisualStudio2010 Express, https://freeanalogs.ru/ , Бесплатная, Freeware 01.09.2019; Dev C++, https://freeanalogs.ru/ , Бесплатная, Freeware 01.10.2019; SMathStudio, https://ru.smath.com/ , Бесплатная, Freeware 01.09.2019; Scilab 6.0.2, http://www.scilab.org , Бесплатная, Freeware 01.09.2019.	1 - 3	Пз, Кур, КР, Др
3	Аудитория для самостоятельной работы студентов (ГУК-236)	Стол для преподавателя – 1 шт., стул – 1 шт. Скамья-пюпитр -12 шт. Доска маркерная – 1 шт. Системный блок ICL Intel(R) Core (TM) 3,2 GHz ОЗУ 8 ГБ Жест.диск 1Тб/Монитор/клавиатура/мышь – 10 шт.	1 - 3	Самостоятельная работа студента

№ 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
		<p>Базовое ПО: Windows 10 Pro, ПО приобретено с оборудованием; Прикладное ПО: AutoCAD 2018 Лицензия:566-84585926 от 2018-2020г.г.; SolidWorks 2010, Договор №Ш31109М от 13 января 2010 г; КЗ-Мебел , Договор №100/04/09-НН от 06.04.2009; КЗ-Коттедж, Договор №62/06/08-НН от 04.06.2008 ; Archicad 21, Договор до 2021 года. Серийный номер: SE2F5-XXXXXX-XXXXX-INYPX; bCAD, Лицензионный договор №RU39FA-1303130101 ,бессрочный от.2013 г.; Базис Мебельщик, договор №БИ-01/08 от 18 февраля 2008г.; АРМ civil Engineering, ST, Номер ключа лицензирования: сетевой XXXXXX55, локальный XXXXXX80. Свободно распространяемое ПО: OpenOffice 4.1.6 (ru), https://www.openoffice.org/, Бесплатная, Freeware 01.09.2019; VisualStudio2010 Express , https://freeanalogs.ru/, Бесплатная, Freeware 01.09.2019; Dev C++, https://freeanalogs.ru/, Бесплатная, Freeware 01.10.2019; SMathStudio, https://ru.smath.com/, Бесплатная, Freeware 01.09.2019; Scilab 6.0.2, http://www.scilab.org, Бесплатная, Freeware 01.09.2019.</p>		

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 балльной 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, 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 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 освоения 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 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.

Курсовой проект выполняется по единой для всех студентов теме, но на разном фактическом материале. Выбор фактического материала осуществляется студентом самостоятельно, согласуется с преподавателем и утверждается им.

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.

Курсовая работа - требования к написанию и оформлению изложены в фонде оценочных средств и должны быть объявлены студенту.

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.