

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич

Должность: ректор

Дата подписания: 10.03.2020

Уникальный программный ключ:

9ba7d3e34c012eba476ffd3d064cf2781953be730df2374d16f3c0ca536f0fc6

Аннотация к рабочей программе

дисциплины «Маркетинговые исследования отраслевых рынков»

Цель преподавания дисциплины

Приобретение новых компетенций, направленных на повышение эффективности взаимодействия с клиентами и повышение эффективности деятельности компаний в сфере организации маркетинговых исследований и управления продажами на предприятиях различных сфер деятельности.

Задачи изучения дисциплины

- 1 Обучение теоретическим основам и базовым представлениям о целях и задачах проведения маркетинговых исследований.
- 2 Овладение методикой проведения комплексного анализа и прогнозирования потенциала рынка.
- 3 Формирование навыков использования маркетингового инструментария.
4. Получение опыта в области сбора, обработки и хранения маркетинговой информации.
5. Овладение методикой оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

Индикаторы компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины:

Устанавливает и развивает профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия (УК-4.1).

Разрабатывает стратегии развития и функционирования организации (ПК-3.3).

Анализирует динамику цен и ценовую политику фирмы в рамках общей стратегии (ПК-5.3).

Разделы дисциплины

Введение в дисциплину «Маркетинговые исследования отраслевых рынков». Основные характеристики структуры отраслевых рынков. Направления маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Экономики и менеджмента

(наименование ф-та, полностью)

 Т.Ю. Ткачева

(подпись, фамилия, инициалы)

« 31 » 05 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Инвестиционно-инновационная политика фирмы

(наименование дисциплины)

ОПОП ВО 38.04.01 Экономика,

(шифр и наименование направления подготовки)

направленность (профиль) «Экономика фирмы и отраслевых рынков»

(наименование направленности (профиля))

форма обучения очная

ОПОП ВО реализуется по модели дуального обучения

Курск – 2023

Рабочая программа дисциплины составлена:

– в соответствии с ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утвержденным приказом Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 939;

– на основании учебного плана ОПОП ВО 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Экономика фирмы и отраслевых рынков», одобренного Ученым советом университета (протокол № 12 от «29» 05 2023 г.);

– учетом заказа-требования от 11.04.2023 г. на результаты освоения ОПОП ВО – программы магистратуры 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Экономика фирмы и отраслевых рынков», реализуемой по модели дуального обучения в ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет», от акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова (приложение к общей характеристике ОПОП ВО).


Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе для дуального обучения студентов по ОПОП ВО 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Экономика фирмы и отраслевых рынков» на совместном заседании кафедры экономики, управления и аудита с представителями акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова (протокол № 19 от «31» 05 2023 г.).

Зав. кафедрой



Е.А. Бессонова

Разработчик программы
к.э.н., доцент



Ж.Ю. Коптева

/ Директор научной библиотеки



Макаровская В.Г.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО дуального обучения 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Экономика фирмы и отраслевых рынков», одобренного Ученым советом университета (протокол № 12 от «24» 06 2024 г.), на совместном заседании кафедры экономики, управления и аудита с представителями акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова (протокол № 21 от «19» 06 2024 г.).

Зав. кафедрой



Е.А. Бессонова

1 Цель и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

1.1 Цель дисциплины

Цель дисциплины – приобретение новых компетенций, направленных на повышение эффективности взаимодействия с клиентами и повышение эффективности деятельности компаний в сфере организации маркетинговых исследований и управления продажами на предприятиях различных сфер деятельности.

1.2 Задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- 1 Обучение теоретическим основам и базовым представлениям о целях и задачах проведения маркетинговых исследований.
- 2 Овладение методикой проведения комплексного анализа и прогнозирования потенциала рынка.
- 3 Формирование навыков использования маркетингового инструментария.
4. Получение опыта в области сбора, обработки и хранения маркетинговой информации.
5. Овладение методикой оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 1.3 – Результаты обучения по дисциплине

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Устанавливает и развивает профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия	Знать: место и роль маркетинга в обеспечении организацией конкурентных преимуществ на рынке; каналы коммуникаций организации с агентами и контрагентами для профессионального взаимодействия в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия Уметь: пользоваться научной и специальной маркетинговой литературой, уметь анализировать и обобщать полученную информацию и использовать ее для совершенствования маркетинговой деятельности предприятия или организации; выстраивать долгосрочные отношения с партнерами для разработки совместной стратегии Владеть (или Иметь опыт деятельности): коммуникативными технологиями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия
ПК-3	Способен осуществлять стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами	ПК-3.3 Разрабатывает стратегии развития и функционирования организации	Знать: ценовые стратегии поведения компании на рынке; варианты использования маркетинговых концепций и процедур для решения комплексных задач организации; методы оперативного, стратегического и прогнозного планирования, информационного и коммуникационного обеспечения управления маркетингом;

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
			<p>принципы, теории, функции и состояния маркетинговой системы</p> <p>Уметь: разрабатывать стратегии маркетинга с учетом рыночной конъюнктуры; самостоятельно организовывать и проводить маркетинговые исследования на конкретном рынке, анализировать и интерпретировать результаты; использовать экономические показатели для разработки маркетинговой стратегии и построения моделей рыночного поведения организации для ее устойчивого развития; оценивать товарный портфель предприятия или организации и определять направления совершенствования ассортиментной политики компании; анализировать план-график реализации проекта в целом и выбирать оптимальный способ решения поставленных задач</p> <p>Владеть (или Иметь опыт деятельности): методами оперативного, стратегического и прогнозного планирования, информационного и коммуникационного обеспечения управления маркетингом; навыками формирования стратегии маркетинга с учетом рыночной конъюнктуры</p>

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
ПК-5	Способен исследовать затраты на товары, работы и услуги, их себестоимость для формирования диапазона цен	ПК-5.3 Анализирует динамику цен и ценовую политику фирмы в рамках общей стратегии	<p>Знать: основные виды ценообразования на товары (работы, услуги) в условиях действующей конкуренции; факторы, влияющие на ценовую политику фирмы</p> <p>Уметь: определять затраты на продвижение товаров (работ, услуг) на рынок и исходя из оптимальности выбирать наиболее эффективные; формировать эффективную ценовую политику предприятия или организации в рамках общей стратегии; использовать различные методы ценообразования для повышения конкурентоспособности фирмы; осуществлять контроль маркетинговой деятельности предприятия или организации и определять направления ее совершенствования; управлять ценовой политикой фирмы в рамках разработанной ценовой стратегии</p> <p>Владеть (или Иметь опыт деятельности): методами определения затрат на продвижение товаров (работ, услуг) на рынок и его сегменты; навыками поиска источников информации и расчета экономических показателей деятельности организации; навыками расчета цены продукта; проектирования каналов распределения; измерения эффективности рекламной кампании; методами ценообразования на товары, работы, услуги в условиях действующей конкуренции</p>

2 Указание места дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговые исследования отраслевых рынков» является элективной дисциплиной, входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы – программы магистратуры 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Экономика фирмы и отраслевых рынков», реализуемой по модели дуального обучения. Дисциплина изучается на 2 курсе в 1 семестре. Дисциплина имеет практико-ориентированный характер и изучается до прохождения обучающимися учебной ознакомительной практики, завершающей данный семестр

3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 2 зачетные единицы (з.е.), 72 академических часа.

Таблица 3 – Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость дисциплины	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	26,1
в том числе:	
лекции	8
лабораторные занятия	0
практические занятия	18, из них практическая подготовка обучающихся – 4 .
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	45,9
Контроль (подготовка к экзамену)	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (всего АттКР)	0,1
в том числе:	
зачет	0,1
зачет с оценкой	не предусмотрен
курсовая работа (проект)	не предусмотрена
экзамен (включая консультацию перед экзаменом)	не предусмотрен

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

4.1 Содержание дисциплины

Таблица 4.1.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
1	Введение в дисциплину «Маркетинговые исследования отраслевых рынков»	1. Основные понятия и направления, маркетинговых исследований. 2. Предмет и основные направления маркетинговых исследований. 3. Основные задачи и объекты маркетинговых исследований. 4. Информационное обеспечение маркетинговых исследований (на примере акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова). 5. Современные информационные технологии в маркетинговых исследованиях (на примере акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова).
2	Основные характеристики структуры отраслевых рынков	1. Понятие рынка, отрасли, структуры отраслевых рынков 2. Факторы, определяющие структуру рынка. Типология рыночных структур 3. Фирма как основной субъект отраслевого рынка (на примере акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова) 4. Подходы к анализу организации отраслевых рынков
3	Направления маркетинговых исследований	1. Исследования рынка (конъюнктура рынка, емкость рынка, оценка состояния спроса). 2. Прогнозирование спроса. 3. Изучение потребителя. 4. Изучение конкурентов 5. Ценовые исследования. Оценка эффективности рекламы
4	Процесс маркетинговых исследований	1. Разработка концепции и плана маркетингового исследования (на примере акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова) 2. Типы исследовательских проектов и методы сбора информации 3. Разработка выборочного плана и рабочего инструментария (на примере акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова) 4. Реализация плана исследования и подготовка отчета (на примере акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова)

Таблица 4.1.2 – Содержание дисциплины и его методическое обеспечение

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)	Компетенции
		лек., час	№ лаб.	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Введение в дисциплину «Маркетинговые исследования отраслевых рынков»	2		1-2	У-1,2 МУ-1,2	У,Р, Т	УК-4; ПК-3; ПК-5
2	Основные характе-	2		3-	У-1,2	У,Р	УК-4; ПК-3;

	ристики структуры отраслевых рынков			4	МУ-1,2		ПК-5
3	Направления марке- тинговых исследо- ваний	2	1	5- 6	У-1,2 МУ-1,2	У,Р,Т	УК-4; ПК-3; ПК-5
4	Процесс маркетин- говых исследований	2	2,3	7- 9	У-1,2 МУ-1,2	У, ЗПП	УК-4; ПК-3; ПК-5

тестирование (Т), выполнение заданий по практической подготовке (ЗПП), устный опрос (У), подготовку и защиту реферата (Р).

4.2 Лабораторные работы и (или) практические занятия

4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1 – Практические занятия

№	Наименование практического занятия	Объем, час.
1	2	3
1	Введение в дисциплину «Маркетинговые исследования отраслевых рынков»	4
2	Основные характеристики структуры отраслевых рынков	4
3	Направления маркетинговых исследований	4
4	Процесс маркетинговых исследований	6, из них практическая подготовка обучающихся – 4.
Итого		18, из них практическая подготовка обучающихся – 4.

4.3 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Таблица 4.3 – Самостоятельная работа студентов

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы) дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час
1	2	3	4
1.	Введение в дисциплину «Маркетинговые исследования отраслевых рынков»	1 неделя	6
2.	Основные характеристики структуры отраслевых рынков	4 неделя	6
3.	Направления маркетинговых исследований	6 неделя	6
4.	Процесс маркетинговых исследований	8 неделя	27,9
Итого			45,9

5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплины студенты могут пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры экономики, управления и аудита в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников университета.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине организуется:

библиотекой университета:

- библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной и художественной литературой в соответствии с учебным планом и данной РПД;
- имеется доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.

кафедрой:

- путем обеспечения доступности всего необходимого учебно-методического и справочного материала;
- путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств.
- путем разработки:
 - методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов;
 - методических указаний к выполнению практических работ и т.д.

типографией университета:

- посредством оказания помощи авторам в подготовке и издании науч-

ной, учебной и методической литературы;

– посредством удовлетворения потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

6 Образовательные технологии. Практическая подготовка обучающихся.

Реализация программы магистратуры по модели дуального обучения и компетентностного подхода предусматривают широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования универсальных и профессиональных компетенций обучающихся.

Таблица 6.1 – Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

№	Наименование раздела (темы лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час.
1	2	3	4
1	Лекционное занятие: «Направления маркетинговых исследований»	Интерактивное занятие с использованием мультимедийных средств Лекция- визуализация	2
2	Лекционное занятие: «Процесс маркетинговых исследований»	Интерактивное занятие с использованием мультимедийных средств Лекция- визуализация	2
3	Практическое занятие: «Процесс маркетинговых исследований»	Интерактивное занятие с разбором конкретных ситуаций	6
Итого:			10

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины организуется в реальных производственных условиях на предприятии-заказчике и (или) модельных условиях, оборудованных (полностью или частично) в подразделениях университета.

Практическая подготовка обучающихся проводится в соответствии с положением П 02.181

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.1 – Этапы формирования компетенций

Код и наименование компетенции	Этапы ¹ формирования компетенций и дисциплины (модули), практики, при изучении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
1	2	3	4
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Финансы в цифровой экономике Профессиональный иностранный язык Профессиональный иностранный язык Маркетинговые исследования отраслевых рынков	История философии и науки Анализ хозяйственной деятельности организации	
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами	Профессиональный иностранный язык Кадровое управление и консалтинг Кадровый консалтинг и аудит	Критериальный выбор управленческих решений Инвестиционно-инновационная политика фирмы Планирование и прогнозирование экономики организации	
ПК-5 Способен исследовать затраты на товары, работы и услуги, их себестоимость для формирования диапазона цен	Маркетинговые исследования отраслевых рынков	Экономика и управление качеством продукции и конкурентоспособностью фирмы Логистика (продвинутый уровень) Управление затратами в отраслях и сферах деятельности Ценообразование в отраслях и сферах деятельности Ценовая политика фирмы	

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7.2 – Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Код компетенции/ этап (наименование этапа по таблице 6.1)	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за практикой)	Критерии и шкала оценивания компетенций			
		Недостаточный уровень («неудовл.»)	Пороговый уровень («удовл.»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5	6
УК-4/ начальный	УК-4.1 Устанавливает и развивает профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия	Знать: демонстрирует менее 60% знаний, указанных в таблице 1.3 для УК-4.1. Обучающийся нуждается в постоянных подсказках; допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно.	Знать: демонстрирует 60-74% знаний, указанных в таблице 1.3 для УК-4.1. Знания обучающегося имеют поверхностный характер, имеют место неточности и ошибки.	Знать: демонстрирует 75-89% знаний, указанных в таблице 1.3 для УК-4.1. Обучающийся имеет хорошие, но не исчерпывающие знания; допускает неточности.	Знать: демонстрирует 90-100% знаний, указанных в таблице 1.3 для УК-4.1. Знания обучающегося являются прочными и глубокими, имеют системный характер. Обучающийся свободно оперирует знаниями.
		Уметь: демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 1.3 для УК-4.1.	Уметь: в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 1.3 для УК-4.1.	Уметь: сформированные и самостоятельно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для УК-4.1.	Уметь: хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для УК-4.1.

		Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для УК-4.1, не развиты.	Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для УК-4.1, развиты на элементарном уровне.	Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для УК-4.1, хорошо развиты.	Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для УК-4.1, доведены до автоматизма.
ПК-3/ началь- ный	ПК-3.3 Разрабатывает стратегии развития и функционирования организации	Знать: демонстрирует менее 60% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК-3. Обучающийся нуждается в постоянных подсказках; допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно.	Знать: демонстрирует 60-74% знаний, указанных в таблице 1.3 для ОПК-3. Знания обучающегося имеют поверхностный характер, имеют место неточности и ошибки.	Знать: демонстрирует 75-89% знаний, указанных в таблице 1.3 для ОПК-3. Обучающийся имеет хорошие, но не исчерпывающие знания; допускает неточности.	Знать: демонстрирует 90-100% знаний, указанных в таблице 1.3 для ОПК-3. Знания обучающегося являются прочными и глубокими, имеют системный характер. Обучающийся свободно оперирует знаниями.
		Уметь: демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 1.3 для ПК-3.	Уметь: в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 1.3 для ПК-3.	Уметь: сформированные и самостоятельно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ПК-3.	Уметь: хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ПК-3.

		Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-3, не развиты.	Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-3, развиты на элементарном уровне.	Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-3, хорошо развиты.	Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-3, доведены до автоматизма.
ПК-5/ началь- ный	ПК-5.3 Анализирует динамику цен и ценовую политику фирмы в рамках общей стратегии	Знать: демонстрирует менее 60% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК-5. Обучающийся нуждается в постоянных подсказках; допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно.	Знать: демонстрирует 60-74% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК-5. Знания обучающегося имеют поверхностный характер, имеют место неточности и ошибки.	Знать: демонстрирует 75-89% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК-5. Обучающийся имеет хорошие, но не исчерпывающие знания; допускает неточности.	Знать: демонстрирует 90-100% знаний, указанных в таблице 1.3 для ПК-5. Знания обучающегося являются прочными и глубокими, имеют системный характер. Обучающийся свободно оперирует знаниями.
		Уметь: демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 1.3 для ПК-5.	Уметь: в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 1.3 для ПК-5.	Уметь: сформированные и самостоятельно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ПК-5.	Уметь: хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ПК-5.

		Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-5, не развиты.	Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-5, развиты на элементарном уровне.	Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-5, хорошо развиты.	Владеть (или Иметь опыт деятельности): навыки, указанные в таблице 1.3 для ПК-5, доведены до автоматизма.
--	--	--	--	--	---

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.3 - Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля успеваемости

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Технология формирования	Оценочные средства ¹		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в дисциплину «Маркетинговые исследования отраслевых рынков»	УК-4, ПК-3, ПК-5	лекция, практическое занятие, СРС	Вопросы для устного опроса Темы рефератов (или темы докладов) БТЗ (банк вопросов и заданий в тестовой форме)	1-4 1-5 1-30	Согласно табл.7.2
2	Основные характеристики структуры отраслевых рынков	УК-4, ПК-3, ПК-5	лекция, практическое занятие, СРС	Вопросы для устного опроса Темы рефератов (или темы докладов)	5-9 6-10	Согласно табл.7.2

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Технология формирования	Оценочные средства ¹		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
3	Направления маркетинговых исследований	УК-4, ПК-3, ПК-5	лекция, практическое занятие, СРС	Вопросы для устного опроса Темы рефератов (или темы докладов) БТЗ (банк вопросов и заданий в тестовой форме)	10-15 11-16 31-60	Согласно табл.7.2
4	Процесс маркетинговых исследований	УК-4, ПК-3, ПК-5	лекция, практическое занятие, СРС	Вопросы для устного опроса Задания по практической подготовке	16-20 1-15	Согласно табл.7.2

7.3.1 Примеры типовых контрольных заданий для проведения текущего контроля успеваемости

а) Вопросы и задания в тестовой форме по разделу (теме) № 3 «Инвестиционный проект как объект экономической оценки и управления инвестиционными ресурсами.»

Задание в закрытой форме:

1.1. Маркетинг — это:

- а) все ответы верны;
- б) производить то, что нужно потребителю и продаваемому;
- в) маркетинг – правильный продукт на правильном рынке;
- г) маркетинг – найти потребность и удовлетворить её;
- д) продажа клиенту стандарта жизни.

Задание в открытой форме:

Перечислите принципы маркетинговых исследований _____

Задание на установление правильной последовательности:

Расположить этапы процесса управления маркетингом

1. Отбор целевых рынков
2. Анализ рыночных возможностей

3. Разработка комплекса маркетинга

4. Стратегия, планирование и контроль маркетинговых мероприятий

Задание на установление соответствия:

А Маркетинг –	1 потребности человека, подкрепленные его покупательной способностью.
Б Спрос	2 это система управления, регулирования и изучения рынка.
В Организация	3 это процесс стратегического планирования с целью контроля над внешними факторами и выявления возможностей и угроз
Г Анализ внешней среды	4 это сознательно координируемое социальное образование (группа людей) с определенными границами, функционирующее на относительно постоянной основе для достижения общей цели или целей

б) Задания по практической подготовке

Сформулируйте цели маркетинга акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова. Составьте список конкретных маркетинговых задач для акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова на ближайшую перспективу. Охарактеризуйте рынок, определите рыночную долю акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова.

Определите влияние различных факторов макросреды на развитие акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова. На основании полученных данных составьте оперативный отчет в виде таблицы, определите регрессионную зависимость влияния факторов на деятельность акционерного общества «Авиаавтоматика» имени В.В. Тарасова. Сделайте вывод о том, какие меры должны принять предприятие на рынке в целях минимизации влияния факторов макросреды на свою деятельность.

7.3.2 Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета. На промежуточной аттестации по дисциплине применяется механизм квалификационного экзамена. Зачет имеет структуру квалификационного экзамена и состоит из 2 частей:

- теоретической (*бланковое или компьютерное тестирование*⁵);
- практической (решение компетентностно-ориентированной задачи).

На теоретической части зачета (тестировании) проверяются знания и частично – умения и навыки обучающихся. Для тестирования используются контрольно-измерительные материалы (КИМ) – вопросы и задания в тестовой форме, составляющие банк тестовых заданий (БТЗ) по дисциплине, утвержденный в установленном в университете порядке.

Проверяемыми на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины, указанные в разделе 4 настоящей программы. Все темы дисциплины отражены в КИМ в равных долях (%). БТЗ включает в себя не менее 100 заданий и постоянно пополняется. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

Для проверки *знаний* используются вопросы и задания в различных формах:

- закрытой (с выбором одного или нескольких правильных ответов),
- открытой (необходимо вписать правильный ответ),
- на установление правильной последовательности,
- на установление соответствия.

На практической части зачета (или зачета с оценкой, или экзамена) проверяются результаты практической подготовки: *компетенции, включая умения, навыки (или опыт деятельности)*). Результаты практической подготовки (*компетенции, включая умения, навыки (или опыт деятельности)*) проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных, кейс-задач или кейсов) и различного вида конструкторов.

Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант КИМ включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня сложности. Такой формат КИМ позволяет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

а) Примеры типовых заданий для теоретической части зачета (тестирования)

Задание в закрытой форме:

К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы:

- а. кабинетное исследование
- б. панельное исследование
- в. полевое исследование

Задание в открытой форме:

Перечислите этапы маркетинговых исследований _____.

Задание на установление правильной последовательности:

Расположите в правильной последовательности этапы маркетинговых исследований

1. Планирование исследования

- 2.Определение проблемы
3. Получение первичной информации
4. Анализ вторичной информации
- 5.Комплексный анализ данных
- 6.Интерпретация результатов
- 7.Разработка рекомендации
8. Составление отчета

Задание на установление соответствия:

А Емкость рынка –	1 количество товаров в количественном или стоимостном выражении, которое может поглотить рынок при определенных условиях за какой-то промежуток времени.
В Рынок	3 количество товаров, находящееся в наличии у потребителей или на рынке.
Г Насыщенность рынка	4 система взаимоотношений между существующими или потенциальными продавцами и покупателями каких-либо товаров
Г Стратегическое планирование	4 Определение целей развития компании (или ее функционального направления деятельности) и определение основных направлений, по которым должно происходить это развитие

б) Примеры типовых заданий для практической части зачета

Компетентностно-ориентированная задача:

Предприятие использует поэтапный подход к установлению цены на товар-новинку: максимизация прибыли - определение спроса - анализ издержек - анализ цен и товаров конкурентов - определение собственных преимуществ – установление цены.

Охарактеризуйте каждый этап, его сущность и значение в ценовой политике предприятия. Покажите взаимосвязь результатов работы на каждом этапе и их воздействие на конечный результат

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены в УММ по дисциплине.

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, регулируются следующими нормативными актами университета:

– положение П 02.016 «О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам при освоении обучающимися образовательных программ»;

– положение П 02.207 «Проектирование и реализация основных профессиональных программ высшего образования – программ магистратуры по модели дуального обучения»;

– методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

Для *текущего контроля успеваемости* по дисциплине в рамках действующей в университете балльно-рейтинговой системы применяется следующий порядок начисления баллов:

Таблица 7.4 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
Введение в дисциплину «Маркетинговые исследования отраслевых рынков»	2	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по лабораторной работе	4	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по лабораторной работе
Основные характеристики структуры отраслевых рынков	2	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по лабораторной работе	4	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по лабораторной работе
Направления маркетинговых исследований	2	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по лабораторной работе	4	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по лабораторной работе
Процесс маркетинговых исследований	2	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по лабораторной работе	12	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по лабораторной работе
СРС	12		24	
Итого	24		48	
Посещаемость	0		16	
Зачет	0		36	
Итого	24		100	

Для проведения *промежуточной аттестации обучающихся (теоретической части и практической части)* используется следующая методика

оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. В каждом варианте КИМ –16 заданий (15 вопросов для тестирования и одна компетентностно-ориентированная задача).

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме –2 балла,
- задание в открытой форме – 2 балла,
- задание на установление правильной последовательности – 2 балла,
- задание на установление соответствия – 2 балла,
- решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Максимальное количество баллов по промежуточной аттестации – 36.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1 Основная учебная литература

1. Маркетинг: учебное пособие : [для студентов, преподавателей, руководителей и специалистов предприятий и организаций, предпринимателей] / Л. М. Фомичева [и др.]. - Курск : Университетская книга, 2016. - 201 с. - Текст : электронный.
2. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 293 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403> (дата обращения: 20.05.2023). – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.
3. Ким, С. А. Теория управления : учебник / С. А. Ким. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2021. - 240 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684213> (дата обращения 18.05.2023) . - Режим доступа: по подписке. - Текст : электронный.

8.2 Дополнительная учебная литература

4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. Т. Гришина, Л. А. Дробышева, Т. Л. Дашкова [и др.]. ; ред.: Ю. В. Морозов, В. Т. Гришина ; под ред. Ю. В. Морозов ; под ред. В. Т. Гришина. - 9-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2018. - 446 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786> (дата обращения 21.05.2023) . - Режим доступа: по подписке. - Текст : электронный.
5. Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник для вузов / М. Л. Калужский. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 217 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473029> (дата обращения 18.05.2023) . - Текст : электронный.
6. Лукич, Р. Управление продажами : профессиональная литература / Р. Лукич. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279013> (дата обращения 21.05.2023) . - Режим доступа: по подписке. - Текст : электронный.
7. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : профессиональная литература / Ф. Котлер ; пер.: А. А. Чех, Т. В. Виноградова, Л. Л. Царук ; под ред. М. Сухановой. - 7-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742> (дата обращения 21.05.2023) . - Режим доступа: по подписке. - Текст : электронный.

8.3 Перечень методических указаний

1. Маркетинговые исследования отраслевых рынков : методические указания для подготовки к практическим занятиям студентов направления подготовки 38.04.01 Экономика / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. С. С. Железняков. - Курск : ЮЗГУ, 2018. - 38 с. - Текст : электронный..
2. Маркетинговые исследования отраслевых рынков : методические указания для самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.04.01 Экономика / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. С. С. Железняков. - Курск : ЮЗГУ, 2018. - 119 с. - Текст : электронный.

8.4 Другие учебно-методические материалы

Отраслевые научно-технические журналы в библиотеке университета:

1. Известия ЮЗГУ.
2. Известия ЮЗГУ. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент.

3. Вопросы статистики.
4. Вопросы экономики.
5. Инновации.
6. Управление рисками.
7. Менеджмент в России и за рубежом.
8. Маркетинг в России и за рубежом.
9. Эксперт РА.
10. Финансовый менеджмент.
11. Российский экономический журнал

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/library>
2. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://www.biblioclub.ru>
3. www.i-u.ru (Электронная библиотека Интернет - Университета).
4. www.gks.ru (Федеральная служба государственной статистики).
5. Официальный сайт МФНС РФ – www.nalog.ru.
6. <http://biblioclub.ru> – Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
7. <http://www.consultant.ru> – Официальный сайт компании «Консультант Плюс».

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами аудиторной работы студента при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия.

На лекциях излагаются и разъясняются основные понятия и положения каждой новой темы; важные положения аргументируются и иллюстрируются примерами из практики; объясняется практическая значимость изучаемой темы; делаются выводы; даются рекомендации для самостоятельной работы по данной теме. На лекциях необходимо задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных вопросов. В ходе лекции студент должен конспектировать учебный материал. Конспектирование лекций – сложный вид работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это лично студентом в режиме реального времени в течение лекции. Не следует стремиться записать лекцию дословно. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем кратко записать ее. Желательно заранее оставлять в тетради пробелы, куда позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно внести дополнительные записи. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, который преподаватель дает в начале лекционного занятия. Следует обращать внимание на акценты, вы-

воды, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале.

Необходимым является глубокое освоение содержания лекции и свободное владение им, в том числе использованной в ней терминологией. Работу с конспектом лекции целесообразно проводить непосредственно после ее прослушивания, что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях. Работа с конспектом лекции предполагает перечитывание конспекта, внесение в него, по необходимости, уточнений, дополнений, разъяснений и изменений. Некоторые вопросы выносятся за рамки лекций. Изучение вопросов, выносимых за рамки лекционных занятий, предполагает самостоятельное изучение студентами дополнительной литературы, указанной в п.8.2.

Изучение наиболее важных тем или разделов дисциплины продолжается на практических занятиях, которые обеспечивают контроль подготовленности студента; закрепление учебного материала; приобретение опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, в том числе аргументации и защиты выдвигаемых положений и тезисов.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в учебниках и учебных пособиях, а также литературе, рекомендованной преподавателем. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала. При работе с источниками и литературой необходимо:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прочитанное;
- фиксировать основное содержание прочитанного текста; формулировать устно и письменно основную идею текста; составлять план, формулировать тезисы.

Самостоятельную работу следует начинать с первых занятий. От занятия к занятию нужно регулярно прочитывать конспект лекций, знакомиться с соответствующими разделами учебника, читать и конспектировать литературу по каждой теме дисциплины. Самостоятельная работа дает студентам возможность равномерно распределить нагрузку, способствует более глубокому и качественному освоению учебного материала. В случае необходимости студенты обращаются за консультацией к преподавателю. Обязательным элементом самостоятельной работы по дисциплине является самоконтроль. Одной из важных задач обучения студентов способам и приемам самообразования является формирование у них умения самостоятельно контролировать и адекватно оценивать результаты своей учебной деятельности и на этой основе управлять процессом овладения знаниями. Овладение умениями са-

моконтроля приучает студентов к планированию учебного труда, способствует углублению их внимания, памяти и выступает как важный фактор развития познавательных способностей. Самоконтроль включает:

- оперативный анализ глубины и прочности собственных знаний и умений;
- критическую оценку результатов своей познавательной деятельности.

Самоконтроль учит ценить свое время, позволяет вовремя заметить и исправить свои ошибки. Формы самоконтроля могут быть следующими:

- устный пересказ текста лекции и сравнение его с содержанием конспекта лекции;
- составление плана, тезисов, формулировок ключевых положений текста по памяти;
- пересказ с опорой на иллюстрации, чертежи, схемы, таблицы, опорные положения.

Самоконтроль учебной деятельности позволяет студенту оценивать эффективность и рациональность применяемых методов и форм умственного труда, находить допускаемые недочеты и на этой основе проводить необходимую коррекцию своей познавательной деятельности.

При подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине необходимо повторить основные теоретические положения каждой изученной темы и основные термины, самостоятельно решить несколько типовых компетентностно-ориентированных задач.

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Информационные технологии:

1. Компьютеры, объединённые в локальную сеть;
2. Моноблок HOMENET 24 HNG700ASH510B211102PTC109
3. Интерактивная панель JeminiCo.JQ75MW –
LT755CL2XA203400J0063
4. Мультимедиацентр: ноутбук AsusX50VLPMD-
T2330/14/1024Mb/160Gb/ /сумка/проектор inFocusIN 24+)

Программное обеспечение:

1. Официальное наименование программного продукта: режим доступа: windows 7; windows 8 windows 10: режим доступа: по подписке;
2. OpenOffice – свободное распространяемое;
3. 1С:Предприятие 8.3: режим доступа: по подписке;
(свободный или по подписке)

Информационные справочные системы:

1. Наименование информационной справочной системы: режим доступа: «КонсультантПлюс»: режим доступа: по подписке.

(свободный или по подписке)

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудиторные занятия по дисциплине проводятся в учебной аудитории для проведения занятий лекционного типа и лаборатории кафедры экономики, управления и аудита

(наименование)

оснащенных стандартной учебной мебелью (столы и стулья для обучающихся; стол и стул для преподавателя; доска).

Для осуществления практической подготовки обучающихся при реализации дисциплины используются оборудование и технические средства обучения экономики, управления и аудита :

(наименование структурного подразделения университета, предназначенного для практической подготовки обучающихся)

1. Компьютерный класс ПЭВМ - Asus-P7P55LX-/DDR34096Mb/Corei3-540/SATA-11 500 GbHitachi/PCI-E 512Mb, Монитор TFTWide 23.

2. Мультимедиацентр: ноутбук ASUSX50VLPMD-T2330/14"/1024Mb/160Gb/ сумка/проектор inFocusIN24+ .

3. Экран проекционный NOBO матовый на треноге 150*144 см

13 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитывать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

14 Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу дисциплины

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	измененных	замененных	аннулированных	новых			