Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Рыжов Петр Александрович
Должность: декан факультета фундаментальной и прикладной информатики
Дата подписания: 03.09.2024 16:48:57
Уникальный программный ключ:
6b3a2ad0d1884f6e8480e3a3c680c6b6d4f56d7d9039b2b268921fde408c1fb6

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Анализ рынка и маркетинговые исследования»

Цель преподавания дисциплины.

Формирование теоретических знаний и практических навыков по методам изучения и прогнозирования рыночных явлений и процессов, получения выводов, необходимых для принятия маркетинговых решений и разработки соответствующих рекомендаций.

Задачи изучения дисциплины.

В ходе изучения дисциплины ставятся следующие задачи усвоения основополагающих понятий и концептуальных подходов в системной области профессиональной деятельности:

− изучение теоретических основ анализа рынка и маркетингового исследования;

− изучение методов информационного обеспечение анализа рынка и маркетингового исследования

− овладение методологическими основами анализа рынка и маркетинговых исследований;

− формирование навыков маркетингового анализа динамики и устойчивости развития рынка, конкурентного анализа, маркетингового анализа покупательского поведения;

− овладение приемами оценки эффективности анализа рынка и маркетинговых исследований.

Индикаторы компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины:

ОПК-3.3(э) Объясняет природу экономических процессов на микро- и макроуровне на основе проведенного анализа

ОПК-5.1(э) Использует информационно-коммуникационные технологии для поиска необходимой информации

ОПК-5.2(э) Осуществляет выбор информационных технологий и программных средств с учетом специфики области профессиональной деятельности

Разделы дисциплины.

Теоретические основы анализа рынка и маркетингового исследования. Информационное обеспечение анализа рынка и маркетингового исследования. Методологические основы анализа рынка и маркетинговых исследований. Маркетинговый анализ динамики и устойчивости развития рынка. Конкурентный анализ. Маркетинговый анализ покупательского поведения. Оценка эффективности анализа рынка и маркетинговых исследований.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета
фундаментальной и прикладной информатики
(наименование ф-та, полностью)

_____ Таныгин М.О.
(подпись, фамилия, инициалы)

«30» 04 20 24 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Анализ рынка и маркетинговые исследования
(наименование дисциплины)

ОПОП ВО 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем,
(шифр и наименование направления подготовки)

направленность (профиль) «Интеллектуальный анализ данных в экономике»
(наименование направленности (профиля))

форма обучения очная

ОПОП ВО с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования

Курск – 2024

Рабочая программа дисциплины составлена:

– в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем, утвержденного приказом Минобрнауки России от 23.08.2017г. №809;

– с учетом ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. №954.

– на основании учебного плана ОПОП ВО 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем, направленность (профиль) «Интеллектуальный анализ данных в экономике», одобренного Ученым советом университета (протокол № 9 от 27.03.2024г.).

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе для обучения студентов по ОПОП ВО 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем, направленность (профиль) «Интеллектуальный анализ данных в экономике» с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования на совместном заседании выпускающих кафедр программной инженерии и экономической безопасности и налогообложения
(наименования выпускающих кафедр по базовому и сопрягаемому направлениям подготовки)
(протокол №9/№13от 30.04.2024).

Зав. кафедрой программной инженерии
(наименование выпускающей кафедры по базовому направлению подготовки)

к. техн. наук, доцент _____ А.В. Малышев
(уч. степень, уч. звание)

Зав. кафедрой экономической безопасности и налогообложения
(наименование выпускающей кафедры по сопрягаемому направлению подготовки)

к. эконом. наук, доцент _____ Л.В. Афанасьева
(уч. степень, уч. звание)

Разработчик программы
к. эконом. наук, доцент _____ Л.В. Афанасьева
(уч. степень, уч. звание)

Директор научной библиотеки _____ Макаровская В.Г.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем, направленность (профиль)__«Интеллектуальный анализ данных в экономике», одобренного Ученым советом университета протокол № 9 от 31. 03 .2025г., на совместном заседании выпускающих кафедр программной инженерии и экономической безопасности и налогообложения
(наименования выпускающих кафедр по базовому и сопрягаемому направлениям подготовки)
(протокол № 12/20 от 30.06.2025 г.).

Зав. кафедрой программной инженерии
(наименование выпускающей кафедры по базовому направлению подготовки)
к. техн. наук, доцент _____ А.В. Малышев
(уч. степень, уч. звание)

Зав. кафедрой экономической безопасности и налогообложения
(наименование выпускающей кафедры по сопрягаемому направлению подготовки)
к. эконом. наук, доцент _____ Л.В. Афанасьева
(уч. степень, уч. звание)

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем, направленность (профиль)__«Интеллектуальный анализ данных в экономике», одобренного Ученым советом университета протокол № 8 от 24. 02 .2026г., на совместном заседании выпускающих кафедр программной инженерии и экономической безопасности и государственного управления
(наименования выпускающих кафедр по базовому и сопрягаемому направлениям подготовки)
(протокол № 12/20 от 24.06.2026 г.).

Зав. кафедрой программной инженерии
(наименование выпускающей кафедры по базовому направлению подготовки)
к. техн. наук, доцент _____ А.В. Малышев
(уч. степень, уч. звание)

Зав. кафедрой экономической безопасности и налогообложения
(наименование выпускающей кафедры по сопрягаемому направлению подготовки)
к. эконом. наук, доцент _____ Л.В. Афанасьева
(уч. степень, уч. звание)

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем, направленность (профиль) «Интеллектуальный анализ данных в экономике», одобренного Ученым советом университета протокол № _ от ___._____.20___г., на совместном заседании выпускающих кафедр программной инженерии и экономической безопасности и налогообложения
(наименования выпускающих кафедр по базовому и сопрягаемому направлениям подготовки)
(протокол № __ от ___.____._____г.).

Зав. кафедрой программной инженерии
(наименование выпускающей кафедры по базовому направлению подготовки)
к. техн. наук, доцент _____ А.В. Малышев
(уч. степень, уч. звание)

Зав. кафедрой экономической безопасности и налогообложения
(наименование выпускающей кафедры по сопрягаемому направлению подготовки)
к. эконом. наук, доцент _____ Л.В. Афанасьева
(уч. степень, уч. звание)

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем, направленность (профиль) «Интеллектуальный анализ данных в экономике», одобренного Ученым советом университета протокол № _ от ___._____.20___г., на совместном заседании выпускающих кафедр программной инженерии и экономической безопасности и налогообложения
(наименования выпускающих кафедр по базовому и сопрягаемому направлениям подготовки)
(протокол № __ от ___.____._____г.).

Зав. кафедрой программной инженерии
(наименование выпускающей кафедры по базовому направлению подготовки)
к. техн. наук, доцент _____ А.В. Малышев
(уч. степень, уч. звание)

Зав. кафедрой экономической безопасности и налогообложения
(наименование выпускающей кафедры по сопрягаемому направлению подготовки)
к. эконом. наук, доцент _____ Л.В. Афанасьева
(уч. степень, уч. звание)

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

1.1 Цель дисциплины

Формирование теоретических знаний и практических навыков по методам изучения и прогнозирования рыночных явлений и процессов, получения выводов, необходимых для принятия маркетинговых решений и разработки соответствующих рекомендаций.

1.2 Задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- изучение теоретических основ анализа рынка и маркетингового исследования;
- изучение методов информационного обеспечение анализа рынка и маркетингового исследования
- овладение методологическими основами анализа рынка и маркетинговых исследований;
- формирование навыков маркетингового анализа динамики и устойчивости развития рынка, конкурентного анализа, маркетингового анализа покупательского поведения;
- овладение приемами оценки эффективности анализа рынка и маркетинговых исследований.

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

Таблица 1.3 – Результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
ОПК-3(э)	Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне	ОПК-3.3(э) Объясняет природу экономических процессов на микро- и макроуровне на основе проведенного анализа	Знать: методологию и базовые принципы проведения маркетинговых исследований; Уметь: обобщать и использовать основные подходы и методы маркетинговых исследований в процессе решения практических задач. Владеть: навыками критического анализа профессиональной

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
			информации и применения современных подходов и методов при постановке цели и ее достижения.
ОПК-5(э)	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.1(э) Использует информационно-коммуникационные технологии для поиска необходимой информации	Знать: основные принципы анализа полученной информации в ходе проведения конкретных маркетинговых исследований Уметь: анализировать и использовать современные подходы и научные методы маркетинга в процессе исследовательской деятельности; выявлять первичные данные в области маркетинга; отбирать, обрабатывать первичные данные маркетинговых исследований Владеть: навыками обработки и анализа данных маркетинговых исследований для подготовки аналитических отчетов и принятия аналитических решений
		ОПК-5.2(э) Осуществляет выбор информационных технологий и программных средств с учетом специфики области профессиональной деятельности	Знать: основные виды информационных технологий и программных средств при проведении маркетинговых исследований; Уметь: обобщать, систематизировать и анализировать информацию с использованием информационных технологий и программных средств. Владеть: навыками критического анализа при выборе информационных технологий и программных средств при постановке цели и ее достижения.

2 Указание места дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Анализ рынка и маркетинговые исследования» входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)» основной

профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем, направленность (профиль)_«Интеллектуальный анализ данных в экономике» с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина имеет практико-ориентированный характер.

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)	36
в том числе:	
лекции	18
лабораторные занятия	0
практические занятия	18
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	35,9
Контроль (подготовка к экзамену)	
Контактная работа по промежуточной аттестации (всего АттКР)	0,1
в том числе:	
зачет	0,1
зачет с оценкой	не предусмотрен
курсовая работа (проект)	не предусмотрен
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.	Теоретические основы анализа рынка и маркетингового исследования	Основные методы анализа рынка и маркетингового исследования. Направления маркетингового исследования. Структура и типология маркетингового исследования. Комплексная модель маркетингового исследования. План и задачи маркетингового исследования. Разработка плана маркетингового исследования. Цели и задачи маркетингового исследования. Основные принципы организации маркетингового исследования. Организационная система маркетингового исследования. Организационная структура маркетингового исследования.
2.	Информационное обеспечение анализа рынка и маркетингового исследования	Роль информации в анализе рынка и маркетинговом исследовании. Принципы маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС). Методика шкалирования в маркетинговых исследованиях. Наблюдение как форма получения информации в маркетинге. Структура маркетинговой информации. Типология маркетинговой информации. Носители и источники маркетинговой информации. Опросы в маркетинговом исследовании. Типы опросов. Панели (панельные обследования). Методики анкетирования. Экспертные оценки в маркетинговой информации.
3.	Методологические основы анализа рынка и маркетинговых исследований	Методология анализа в маркетинговом исследовании. Цели маркетингового анализа. Методы маркетингового анализа. Ситуационный анализ рынка. Методология анализа рыночной конъюнктуры. Методология стратегического анализа в маркетинге. Анализ масштаба и потенциала рынка. Анализ масштаба рынка. Анализ потенциала рынка. Анализ структуры рынка.
4.	Маркетинговый анализ динамики и устойчивости развития рынка	Понятия динамики и устойчивости рынка.Задачи анализа динамики и колеблемости рынка. Индексные модели в анализе динамики рынка. Трендовые модели динамики рынка. Основные методы прогнозирования развития рынка. Анализ колеблемости/устойчивости развития рынка. Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка.
5.	Конкурентный анализ	Цели и методы конкуренции. Сущность конкуренции; ее типология. Понятие конкурентного анализа; его цели и задачи. Характеристика конкурентного анализа. Система показателей и оценок конкурентного анализа. Изучение ассортиментной политики в конкурентном анализе. Анализ

		инновационной политики и ее роли в конкурентной борьбе. Анализ конкурентных стратегий. Анализ конкурентной привлекательности. Анализ рыночных возможностей и опасностей. Обобщающие оценки конкуренции. Анализ конкурентных стратегий. Анализ рыночного риска. Понятие риска на рынке товаров, его типы и факторы. Индикаторы риска. Аналитические модели риска.
6.	Маркетинговый анализ покупательского поведения	Понятия покупательских поведения и решения о покупке. Покупательское поведение. Покупательские решения. Покупательский спрос и потребности покупателей. Формирование потребностей как этапа поведения покупателей. Анализ структуры покупок. Маркетинговые модели покупательского поведения. Факторы покупательского повеления и покупательских решений. Структурная модель торговли и общественного питания. Аналитические модели покупательских требований и пожеланий.
7.	Оценка эффективности анализа рынка и маркетинговых исследований	Системный анализ результатов анализа рынка. Key performance indicators (KPI). Качество исполнения. Анализ эффективности рекламных расходов. Анализ финансовых показателей. Распределение бюджета. Анализ эффективности отдельных статей.

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.	Теоретические основы анализа рынка и маркетингового исследования	2	-	№1	У-1, У-2, У-3, МУ-1	С1, З1, Р1 Т1,	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)
2.	Информационное обеспечение анализа рынка и маркетингового исследования	4	-	№2	У-1, У-2, У-3, МУ-1	С3, З3, Р3 Т3,	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)
3.	Методологические основы анализа рынка и маркетинговых исследований	4	-	№3	У-1, У-2, У-3, МУ-1	С5, З5, Р5 Т5,	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)
4.	Маркетинговый анализ динамики и устойчивости развития рынка	2	-	№4	У-1, У-2, У-3, МУ-1	С7, З7, Р7 Т7	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)

5.	Конкурентный анализ	4		№5	У-1, У-2, У-3, МУ-1	С9, З9, Р9 Т9	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)
6.	Маркетинговый анализ покупательского поведения	2		№6	У-1, У-2, У-3, МУ-1	С15, З15, Р15 Т15,	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)
7.	Оценка эффективности анализа рынка и маркетинговых исследований	2		№7	У-1, У-2, У-3, МУ-1	С17, З17, Р17 Т17,	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)
	Итого	18		18		3	

С - собеседование; З – решение ситуационных и производственных задач, Р-рефераты, Т-тестирование; З- зачет

4.2 Лабораторные работы и (или) практические занятия

4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1 – Практические занятия

№	Наименование практического (семинарского) занятия	Объем, час
1.	Теоретические основы анализа рынка и маркетингового исследования	2
2.	Информационное обеспечение анализа рынка и маркетингового исследования	4
3.	Методологические основы анализа рынка и маркетинговых исследований	4
4.	Маркетинговый анализ динамики и устойчивости развития рынка	2
5.	Конкурентный анализ	4
6.	Маркетинговый анализ покупательского поведения	2
7.	Оценка эффективности анализа рынка и маркетинговых исследований	2
	Итого	18

4.3 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Таблица 4.3 – Самостоятельная работа студентов

№	Наименование раздела дисциплины	Срок выполнения, недели	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час
1.	Теоретические основы анализа рынка и маркетингового исследования	2-я неделя	5
2.	Информационное обеспечение анализа рынка и маркетингового исследования	5-я неделя	5
3.	Методологические основы анализа	7-я неделя	5

	рынка и маркетинговых исследований		
4.	Маркетинговый анализ динамики и устойчивости развития рынка	9-я неделя	5
5.	Конкурентный анализ	12-я неделя	5
6.	Маркетинговый анализ покупательского поведения	14-я неделя	5,9
7.	Оценка эффективности анализа рынка и маркетинговых исследований	17-я неделя	5
	Итого		35,9

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

Студенты могут при самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплин пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры *ЭБиН* в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников университета.

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

библиотекой университета:

- библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной и художественной литературой в соответствии с УП 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;

– методических указаний к выполнению курсовых работ и т.д.

типографией университета:

– помощь авторам в подготовке и издании научной, учебной и методической литературы;

–удовлетворение потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

6 Образовательные технологии. Технологии использования воспитательного потенциала дисциплины

Реализация ОПОП ВО с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования и компетентностного подхода предусматривает широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования универсальных, общепрофессиональных 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.	Лекция. Теоретические основы анализа рынка и маркетингового исследования	Объяснительно –иллюстративное обучение, разбор конкретных ситуаций	2
2	Лекция. Информационное обеспечение анализа рынка и маркетингового исследования	Объяснительно –иллюстративное обучение, разбор конкретных ситуаций	2
Итого:			4

Содержание дисциплины обладает значительным воспитательным потенциалом, поскольку в нем аккумулирован современный научный опыт человечества. Реализация воспитательного потенциала дисциплины осуществляется в рамках единого образовательного и воспитательного процесса и способствует непрерывному развитию личности каждого обучающегося. Дисциплина вносит значимый вклад в формирование профессиональной культуры обучающихся. Содержание дисциплины способствует гражданскому, правовому, экономическому, профессионально-трудовому, воспитанию обучающихся.

Реализация воспитательного потенциала дисциплины подразумевает:

– целенаправленный отбор преподавателем и включение в лекционный материал, материал для практических занятий содержания, демонстрирующего обучающимся образцы высокого профессионализма ученых и практиков, их ответственности за результаты и последствия деятельности для общества; примеры патриотизма, гражданственности, творческого мышления;

– применение технологий, форм и методов преподавания дисциплины, имеющих высокий воспитательный эффект за счет создания условий для взаимодействия обучающихся с преподавателем, другими обучающимися, (разбор конкретных ситуаций);

– личный пример преподавателя, демонстрацию им в образовательной деятельности и общении с обучающимися за рамками образовательного процесса высокой общей и профессиональной культуры.

Реализация воспитательного потенциала дисциплины на учебных занятиях направлена на поддержание в университете единой развивающей образовательной и воспитательной среды. Реализация воспитательного потенциала дисциплины в ходе самостоятельной работы обучающихся способствует развитию в них целеустремленности, инициативности, креативности, ответственности за результаты своей работы – качеств, необходимых для успешной социализации и профессионального становления.

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 формирования компетенций и дисциплины (модули), практики, при изучении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
1	2	3	4
ОПК-3(э) Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне	Экономическая культура и финансовая грамотность Анализ рынка и маркетинговые исследования Бухгалтерский учет	Финансы	
ОПК-5(э) Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	Анализ рынка и маркетинговые исследования Бухгалтерский учет Учебная ознакомительная практика	Налоги и налогообложение Анализ данных в цифровой экономике	

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
ОПК-3(э) (начальный, основной,)	ОПК-3.3(э) Объясняет природу экономических процессов на микро- и макроуровне на основе проведенного анализа	**Знать:** демонстрирует менее 60% знаний, указанных в таблице 1.3 для ОПК-3(э). 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(э). Знания обучающегося имеют поверхностный характер, имеют место неточности и ошибки.	**Знать:** демонстрирует 75-89% знаний, указанных в таблице 1.3 для ОПК-3(э). Обучающийся имеет хорошие, но не исчерпывающие знания; допускает неточности.	**Знать:** демонстрирует 90-100% знаний, указанных в таблице 1.3 для ОПК-3(э). Знания обучающегося являются прочными и глубокими, имеют системный характер. Обучающийся свободно оперирует знаниями.
		Уметь: демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 1.3 для ОПК-3(э).	**Уметь:** в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 1.3 для ОПК-3(э).	**Уметь:** сформированные и самостоятельно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ОПК-3(э).	**Уметь:** хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ОПК-3(э).
		Владеть (или **Иметь опыт деятельности) :** навыки, указанные в таблице 1.3 для ОПК-3(э), не развиты.	**Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** навыки, указанные в таблице 1.3 для ОПК-3(э), развиты на элементарном уровне.	**Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** навыки, указанные в таблице 1.3 для ОПК-3(э), хорошо развиты.	**Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** навыки, указанные в таблице 1.3 для ОПК-3(э), доведены до автоматизма.
ОПК-5(э) (начальный,	ОПК-5.1(э) Использует	**Знать:** демонстрирует	**Знать:** демонстрирует	**Знать:** демонстрирует	**Знать:** демонстрирует

основной)	информационно-коммуникационные технологии для поиска необходимой информации ОПК-5.2(э) Осуществляет выбор информационных технологий и программных средств с учетом специфики области профессиональной деятельности	менее 60% знаний, указанных в таблице 1.3 для ОПК-5(э) Обучающийся нуждается в постоянных подсказках; допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно.	60-74% знаний, указанных в таблице 1.3 для ОПК-5(э). Знания обучающегося имеют поверхностный характер, имеют место неточности и ошибки.	75-89% знаний, указанных в таблице 1.3 для ОПК-5(э). Обучающийся имеет хорошие, но не исчерпывающие знания; допускает неточности.	90-100% знаний, указанных в таблице 1.3 для ОПК-5(э). Знания обучающегося являются прочными и глубокими, имеют системный характер. Обучающийся свободно оперирует знаниями.
		Уметь: демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 1.3 для ОПК-5(э).	**Уметь:** в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 1.3 для ОПК-5(э).	**Уметь:** сформированные и самостоятельно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ОПК-5(э)	**Уметь:** хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 1.3 для ОПК-5(э).
		Владеть (или **Иметь опыт деятельности) :** навыки, указанные в таблице 1.3 для ОПК-5(э), не развиты.	**Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** навыки, указанные в таблице 1.3 для ОПК-5(э), развиты на элементарном уровне.	**Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** навыки, указанные в таблице 1.3 для ОПК-5(э), хорошо развиты.	**Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** навыки, указанные в таблице 1.3 для ОПК-5(э), 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 контроли-руемой компе-тенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				Наимено-вание	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические основы анализа рынка и маркетингового исследования	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)	Лекции, практические занятия, СРС	собеседование	1-8	Согласно табл. 7.2
				решение ситуационных и производственных задач	1,2	
				рефераты	1-7	
				БТЗ	1-10	
2.	Информационное обеспечение анализа рынка и маркетингового исследования	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)	Лекции, практические занятия, СРС	собеседование	11-19	Согласно табл. 7.2
				решение ситуационных и производственных задач	3	
				рефераты	8-14	
				БТЗ	11-20	
3.	Методологические основы анализа рынка и маркетинговых исследований	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)	Лекции, практические занятия, СРС	собеседование	20-26	Согласно табл. 7.2
				решение ситуационных и производственных задач	4	
				рефераты	15-23	
				БТЗ	21-31	
4.	Маркетинговый анализ динамики и устойчивости развития рынка	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)	Лекции, практические занятия, СРС	собеседование	27-36	Согласно табл. 7.2
				решение ситуационных и производственных задач	5	
				рефераты	24-30	
				БТЗ	32-41	

5.	Конкурентный анализ	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)	Лекции, практические занятия, СРС	собеседование	37-44	Согласно табл. 7.2
				решение ситуационных и производственных задач	6,7	
				рефераты	31-39	
				БТЗ	42-51	
6.	Маркетинговый анализ покупательского поведения	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)	Лекции, практические занятия, СРС	собеседование	45-51	Согласно табл. 7.2
				решение ситуационных и производственных задач	8,9	
				рефераты	40-48	
				БТЗ	52-58	
7.	Оценка эффективности анализа рынка и маркетинговых исследований	ОПК-3.3(э) ОПК-5.1(э) ОПК-5.2(э)	Лекции, практические занятия, СРС	собеседование	52-60	Согласно табл. 7.2
				решение ситуационных и производственных задач	10,11	
				рефераты	49-53	
				БТЗ	59-68	

БТЗ – банк вопросов и заданий в тестовой форме.

Примеры типовых контрольных заданий для проведения текущего контроля успеваемости

Вопросы для обсуждения по разделу (теме) 1. «Теоретические основы анализа рынка и маркетингового исследования»

1. Дать определение понятия и сущности маркетингового исследования.
2. Раскрыть роль предпринимательской деятельности в маркетинговых исследованиях.
3. Показать место маркетингового исследования в системе маркетинга и маркетинговом цикле.
4. Раскрыть цели и задачи маркетингового исследования.
5. Определить предмет и объект маркетингового исследования.
6. Сформулировать и охарактеризовать основные принципы и методы маркетингового исследования. Современная технология маркетингового исследования.
7. Построить развернутый план (проект) маркетингового исследования.
8. Охарактеризовать основные принципы и методы организации маркетингового исследования. Источники и каналы маркетингового исследования

Вопросы в тестовой форме по теме № 2

…. – это субъект маркетинговой деятельности (индивид или подразделение), которому информация предоставляется для использования или интерпретации.

Производственная задача для контроля результатов практической подготовки обучающихся на практическом занятии №2.

Опишите с использованием структурно-логической схемы маркетинговую информационную систему организации (вид деятельности выбрать самостоятельно).

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости представлены в УММ по дисциплине.

7.3.2 Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в виде компьютерного тестирования.

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. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

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.

Умения, навыки и компетенции проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных) 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 экзамена (тестирования)

Задание в закрытой форме:

Методы опроса:

а) сущность, достоинства и недостатки опросных методов;

б) методы опроса по телефону:

в) личный опрос;

г) почтовый опрос;

д) электронный опрос.

Задание в открытой форме:

Характеристика, определяющая количество информации, необходимой для решения задачи, называется …

Задание на установление правильной последовательности,

В процессе маркетинговых исследований выделяются следующие этапы:

А) 1. Формулирование проблемы и целей исследования; 2. Определение потребности в информации и организация ее сбора; 3. Анализ информации; 4. Подготовка аналитического отчета.

Б) 1. Определение потребности в информации и организация ее сбора; 2. Анализ информации; 3. Формулирование проблемы и целей исследования; 4. Подготовка аналитического отчета.

В) 1. Анализ информации; 2. Формулирование проблемы и целей исследования; 3. Определение потребности в информации и организация ее сбора; 4. Подготовка аналитического отчета.

Задание на установление соответствия:

Ниже указаны основные термины и приводятся отдельные их определения. Необходимо указать, какой из терминов относится к данному определению

А. Маркетинговая информация

К. Актуальность информации

Б. Информационная потребность

Л. Полнота информации

В. Пользователь маркетинговой информации

М. Маркетинговая информационная система

Г. Ценность информации

Н. Релевантность информации

Д. Качество информации

О. Доступность для восприятия

Е. Полезность информации

П. Экономичность

Ж. Количество информации

Р. Сопоставимость информации

И. Достоверность информации

1. Совокупность аккумулируемых с определенной целью снижающих неопределенность сообщений, знаний, данных о состоянии маркетинговой деятельности, об окружающей организацию маркетинговой среде и характерных для нее процессов, называется … .

2.… - свойство информации, которое означает, что информация должна быть понятна, иметь вид, приемлемый для того субъекта, которому она предназначена, и представлена на удобном для него носителе.

3. … - свойство информации, которое означает, что затраты на получение и переработку информации не должны превышать получаемый от ее использования эффект.

4. ... – это постоянно действующая система, включающая персонал, оборудование, процедуры и методы сбора, обработки, анализа, оценки и распределения актуальной и достоверной информации, необходимой для подготовки и принятия маркетинговых решений.

5.… может быть определена через описание информации, необходимой для достижения какой-либо цели. Информационная потребность присуща отдельному лицу, коллективу или какой либо системе и отражает необходимость получения информации, соответствующей характеру выполняемых действий.

6.… – это субъект маркетинговой деятельности (индивид или подразделение), которому информация предоставляется для использования или интерпретации.

7. Свойство, определяемое пригодностью информации к ее практическому использованию в различных областях целенаправленной деятельности есть …

8.… можно рассматривать как степень развитости свойств, обуславливающих практическую пригодность (полноты, достоверности и др.) информации.

9. Свойство информации, которое заключается в том, что информация правдиво, без искажений отражает состояние исследуемого объекта или процесса, называется … .

10. Свойство информации, которое означает своевременность (насущность) и необходимую степень современности информации по отношению к решаемой проблеме (соответствие времени решения проблемы), называется … .

11. Характеристика, определяющая количество информации, необходимой для решения задачи, называется … .

12. … - свойство информации, которое означает, что предлагаемая информация соответствует решаемой проблеме.

13. … определяется тем, насколько информация уменьшает неопределенность ситуации, и связана с оценкой ее необходимого количества.

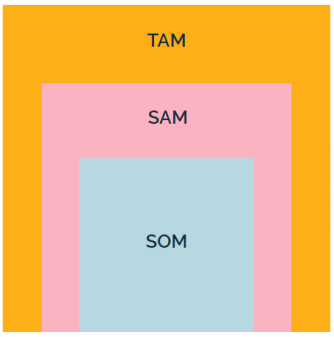
14. … - это свойство информации, характеризующее подлежащее передаче сообщение, не зависит от его смыслового содержания.

15. … - свойство информации, которое означает возможность сравнения данных за счет единства предмета исследования, круга включенных показателей, методологии проведения исследования и методик измерения характеристик.

б) Примеры типовых заданий для практической части экзамена

Компетентностно-ориентированная задача:

В общемировой практике выделяют 3 вида емкости рынка: фактическая, потенциальная и доступная. Каждый вид емкости рынка можно рассчитать в различных единицах измерения: Тв натуральном выражении (в штуках), в стоимостном выражении (в рублях), в объеме товара (в литрах, килограммах и т.п.). Проанализируйте рынок (любой вид деятельности по выбору студента), выделив 3 вида емкости рынка:



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

7.3.2 Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в виде компьютерного тестирования.

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. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

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.

Умения, навыки и компетенции проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных) 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.

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»;

– 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
Практическое занятие №1	2	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по практической работе	4	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по практической работе
Практическое занятие №2	2	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по практической работе	4	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по практической работе
Практическое занятие №3	2	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по практической работе	4	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по практической работе
Практическое занятие №4	1	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по практической работе	2	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по практической работе
Практическое занятие №5	2	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по практической работе	4	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по практической работе
Практическое занятие №6	1	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по	2	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
		практической работе		практической работе
Практическое занятие №7	2	Выполнил, но не ответил или неполно ответил на какой-либо вопрос по практической работе	4	Выполнил, правильно и полно ответил на все вопросы по практической работе
СРС	12		24	
Итого	24		48	
Посещаемость	0		16	
Экзамен	0		36	
Итого	24		100	

Для промежуточной аттестации обучающихся, проводимой в виде тестирования, используется следующая методика оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. В каждом варианте КИМ –16 заданий (15 вопросов и одна 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 за тестирование –36 баллов.

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

8.1 Основная учебная литература

1. Виноградова, Т. Г. Управление маркетингом : учебное пособие / Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 81 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494537 (дата обращения: 27.05.2024). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.

2. Титова, В. А. Управление маркетингом : учебное пособие / В. А. Титова, М. Е. Цой, Е. В. Мамонова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2013. – 468 с. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436286 (дата обращения: 27.05.2024). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.

3. Управление маркетингом : учебное пособие / ред.: А. В. Коротков, И. М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2017. - 464 с. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556 (дата обращения 27.05.2024) . - Режим доступа : по подписке. - Текст : электронный.

8.2 Дополнительная учебная литература

4. Никулина, Н. Н. Финансовый менеджмент организации: теория и практика : учебное пособие / Н. Н. Никулина, Д. В. Суходоев, Н. Д. Эриашвили. - Москва : Юнити-Дана, 2017. - 511 с. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615812 (дата обращения 27.05.2024) . - Режим доступа : по подписке. - Текст : электронный.

5. Дейнека, А. В. Управление персоналом организации : учебник / А. В. Дейнека. - 3-е изд., стер. - Москва : Дашков и К°, 2022. - 288 с. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684384 (дата обращения 27.05.2024) . - Режим доступа : по подписке. - Текст : электронный.

8.3 Перечень методических указаний

1. Анализ рынка и маркетинговые исследования : методические указания для практических занятий и самостоятельной работы студентов всех форм обучения направления подготовки 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем, профиль «Интеллектуальный анализ данных в экономике» / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. Л. В. Афанасьева. - Курск : ЮЗГУ, 2024. - 28 с. - Загл. с титул. экрана. - Текст : электронный.

8.4 Другие учебно-методические материалы

1. Арбитражный и гражданский процесс
2. Аудит и финансовый анализ
3. Банковское дело
4. Маркетинг в России и за рубежом
5. Менеджмент в России и за рубежом
6. Налоги и налогообложение
7. Проблемы управления / CONTROL SCIENCES
8. Российский экономический журнал
9. Справочник кадровика
10. Управление персоналом
11. Управление риском
12. Управленческий учет
13. Финансовый менеджмент
14. Экономист
15. Экономический анализ: теория и практика

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

1. www.ach.gov.ru – официальный сайт Правительства РФ;
2. www.minfin.ru – официальный сайт Минфина РФ;
3. www.gks.ru - официальный сайт Росстата;

4. http://biblioclub.ru - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

5. Справочно-правовая система КонсультантПлюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/.

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, выводы, 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 самоконтроля 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)

1. Операционная система Windows 7
2 VisioProfessional 2007
3 OpenOffice - ru.libreoffice.org/download/
4 Антивирус Касперского Лицензия 156A-160809-093725-387-506
5 Справочно - правовая система «КонсультантПлюс»

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

Для организации образовательного процесса применяются технические средства обучения:

- ПЭВМ тип 2 (ASUS-P7P55LX-/DDR3) 4096Mb/Corei3-540/SATA-11500GbHitachi/PCI-E 512Mb Монитор TFTWide 23 -16 шт;
- МФУ KyoseraFS-1020MFP.Мультимедиа центр: проектор PhilipsPicoPixPocketprojectorPPX-4935; проектор inFocusIN24 +; ноутбук DellInspiron 15 3000 Series;
- экран на треноге DraperDiplomat 60x60.

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. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). 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, прочитать 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
	изме-ненных	заменен-ных	аннулирован-ных	но-вых			