



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
ФГБОУ ВО «Брянский государственный технический
университет» (БГТУ)

Факультет отраслевой и цифровой экономики

(наименование факультета/института)

Кафедра «Отраслевая экономика и управление»

(наименование кафедры, ответственной за реализацию дисциплины)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор по учебной
работе и цифровизации

_____ В.А. Шкаберин

«25» апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

«Маркетинг»

(наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование специальности или направления подготовки)

Маркетинг

(направленность (профиль)/ специализация образовательной программы)

высшее образование – бакалавриат

(уровень образования)

бакалавр

(квалификация, присваиваемая по специальности или направлению подготовки)

очная

(форма обучения)

2023

(год набора)

Брянск 2023

Рабочая программа учебной дисциплины
«Маркетинг»

(наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование специальности или направления подготовки)

Маркетинг

(направленность (профиль)/специализация образовательной программы)

Разработал(и):

доцент, к.т.н, доцент

(должность, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

Н.О. Радькова

(И.О. Фамилия)

(должность, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
«Отраслевая экономика и управление»

(наименование кафедры, ответственной за реализацию дисциплины)

«4» апреля 2023 г., протокол № 8

Врио заведующего кафедрой

к.т.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

А.И. Демиденко

(И.О. Фамилия)

Согласовано:

Врио заведующего выпускающей кафедрой

«Отраслевая экономика и управление»

(наименование выпускающей кафедры)

к.т.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

А.И. Демиденко

(И.О. Фамилия)

© Радькова Н.О. 2023

© ФГБОУ ВО «Брянский государственный
технический университет», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| ПРЕДИСЛОВИЕ..... | 5 |
| 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 5 |
| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ФГОС | 5 |
| 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 5 |
| 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ | 6 |
| 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 7 |
| 5.1. Структура дисциплины..... | 7 |
| 5.2. Распределение формируемых компетенций по разделам (темам) дисциплины..... | 9 |
| 5.3. Лекции | 10 |
| 5.4. Лабораторные работы | 14 |
| 5.5. Практические занятия | 15 |
| 5.6. Самостоятельная работа обучающихся | 19 |
| 5.7. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся | 23 |
| 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ | 24 |
| 7. РЕАЛИЗАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И (ИЛИ) ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ..... | 25 |
| 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 25 |
| 8.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся | 25 |
| 8.2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины | 25 |
| 8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых при изучении дисциплины | 26 |
| 8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и (или) информационных справочных систем | 26 |
| 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 26 |
| 10. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ..... | 27 |

| | |
|---|----|
| 11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 28 |
| 11.1. Методические материалы для педагогических работников | 28 |
| 11.2. Методические материалы для обучающихся | 32 |
| 12. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 33 |
| 12.1. Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины | 33 |
| 12.2. Шкала оценивания при текущем контроле успеваемости | 33 |
| 12.3. Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся | 35 |
| 12.4. Оценивание окончательных результатов обучения по дисциплине | 37 |
| 12.5. Характеристика результатов обучения | 40 |
| 12.6. Контрольно-измерительные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся | 40 |
| 13. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА | 40 |

ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебная дисциплина «Маркетинг» (далее – дисциплина) ориентирована на формирование у обучающихся компетенций в рамках основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – показать роль маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия, изучить основной инструментарий маркетинга, процесс получения и анализа маркетинговой информации для принятия управленческих решений.

Задачи дисциплины:

- изучение основных положений маркетинга;
- изучение и освоение анализа рынка, целевой аудитории кампании, проведение анализа конкурирующих кампаний, комплекса маркетинга.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ФГОС

Дисциплина входит в обязательную часть учебного плана и реализуется на 2 курсе(-ах) в 3 4 семестре(-ах).

Предварительно изучаются дисциплины: *«Микроэкономика и макроэкономика»*, *«Концепции современного естествознания»*, *«Экономика промышленного предприятия»*.

Параллельно изучаются дисциплины: *«Менеджмент»*, *«Статистика»*.

Базируются на изучении дисциплины: *«Маркетинг услуг»*, *«Маркетинговые коммуникации»*, *«Маркетинговые исследования»*, *«Интернет-маркетинг»*, *«Ценообразование»*.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций ОПК-4, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Требования к результатам освоения учебной дисциплины

| Код и наименование компетенции | Индикаторы компетенций | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны: | | |
|--|---|---|---|--|
| | | знать | уметь | владеть |
| ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать | ОПК-4.1. Выявляет возможности и угрозы рыночной среды | особенности внутренней и внешней рыночной среды (PTST-анализ), анализ | анализировать и выявлять возможности внутренней и внешней | методами и приемами анализа и выявления внешней и внутренней |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| <p>бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p> | <p>ОПК-4.2. Оценивает производственный потенциал организации</p> | <p>конкурентов</p> <p>методы оценки производственного потенциала организации, особенности SNW-анализа</p> | <p>рыночной среды</p> <p>оценивать производственный потенциал организации (SNW-анализ)</p> | <p>рыночной среды</p> <p>методами и приемами оценки потенциала организации и</p> |
| | <p>ОПК-4.3. Разрабатывает бизнес-план перспективных направлений деятельности организации</p> | <p>основные положения планирования на предприятии, в частности комплекса маркетинга при разработке бизнес-плана перспективных направлений деятельности организации</p> | <p>планировать комплекс маркетинга</p> | <p>приемами и методами планирования комплекса маркетинга</p> |

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц(ы) (288 академических часа(-ов)). Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы и семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы и семестрам

[illegible]

| Виды учебной работы в соответствии с учебным планом образовательной программы | Трудоемкость, час. | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Всего | Семестр | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | А | В | С |
| 3.2. Зачет, семестр | 3 | 3 | | | | | | | | | | | |
| 3.3. Зачет с оценкой, семестр | | - | | | | | | | | | | | |
| 3.4. Курсовой проект (контроль), семестр | | - | | | | | | | | | | | |
| 3.5. Курсовая работа (контроль), семестр | | - | | | | | | | | | | | |
| 3.6. Расчетно-графическая работа (контроль), семестр | | - | | | | | | | | | | | |
| 3.7. Контрольная работа (контроль), семестр | | - | | | | | | | | | | | |
| Общая трудоемкость (8 з.е.) | 288 | 288 | | | | | | | | | | | |

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Структура дисциплины

Структура дисциплины представлена в виде тематического плана в таблице 3.

Таблица 3 – Тематический план дисциплины

| Наименование раздела (темы) дисциплины | Трудоемкость, час. | | | | |
|--|--------------------|-----------|---------------------|----------------------|------------------------|
| | Всего | Лекции | Лабораторные работы | Практические занятия | Самостоятельная работа |
| Раздел 1. Методологические основы маркетинга | 16 | 4 | - | 4 | 8 |
| Тема 1. <i>Маркетинг как система</i> | 8 | 2 | - | 2 | 4 |
| Тема 2. <i>Эволюция концепций маркетинга</i> | 8 | 2 | - | 2 | 4 |
| Раздел 2. Анализ маркетинговой среды | 64 | 14 | - | 18 | 32 |
| Тема 3. <i>Рынок - основная среда маркетинга</i> | 10 | 2 | - | 2 | 6 |
| Тема 4. <i>Анализ потребителей</i> | 12 | 2 | - | 4 | 6 |
| Тема 5. <i>Сегментирование рынка и позиционирование товара</i> | 14 | 4 | - | 4 | 6 |
| Тема 6. <i>Анализ конкурентов</i> | 12 | 2 | - | 4 | 6 |
| Тема 7. <i>Система маркетинговой информации и процесс проведения маркетинговых исследований.</i> | 16 | 4 | - | 4 | 8 |
| Раздел 3. Формирование комплекса маркетинга | 101 | 22 | - | 34 | 45 |
| Тема 8. <i>Товар как элемент системы маркетинга</i> | 16 | 4 | - | 4 | 5 |
| Тема 9. <i>Рыночная атрибутика товара</i> | 12 | 2 | - | 2 | 5 |
| Тема 10. <i>Товарная политика в системе маркетинга</i> | 16 | 4 | - | 4 | 5 |
| Тема. 11. <i>Ценообразование в системе маркетинга</i> | 12 | 2 | - | 2 | 5 |
| Тема 12. <i>Маркетинговые стратегии цен</i> | 12 | 2 | - | 2 | 5 |
| Тема 13. <i>Распределение в маркетинге</i> | 12 | 2 | - | 2 | 5 |
| Тема 14. <i>Основы маркетинговых коммуникаций</i> | 12 | 2 | - | 2 | 5 |
| Тема 15. <i>Сущность и содержание рекламы.</i> | 12 | 2 | - | 2 | 5 |
| Тема 16. <i>Инструменты маркетинговых коммуникаций</i> | 12 | 2 | - | 2 | 5 |
| Раздел 4 Стратегическое управление маркетингом | 36 | 6 | - | 6 | 24 |
| Тема 17. <i>Планирование маркетинговой деятельности на предприятии</i> | 12 | 2 | - | 2 | 8 |
| Тема 18 <i>Организация маркетинговой работы на предприятии.</i> | 12 | 2 | | 2 | 8 |
| Тема 19. <i>Контроль, оценка и аудит маркетинга</i> | 12 | 2 | | 2 | 8 |

| Наименование раздела (темы) дисциплины | Трудоемкость, час. | | | | |
|---|--------------------|-----------|---------------------|----------------------|------------------------|
| | Всего | Лекции | Лабораторные работы | Практические занятия | Самостоятельная работа |
| Раздел 5. Международный маркетинг | 8 | 2 | - | 2 | 4 |
| Тема 20. <i>Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга</i> | 8 | 2 | - | 2 | 4 |
| Итого | 225 | 48 | - | 64 | 113 |

5.2. Распределение формируемых компетенций по разделам (темам) дисциплины

Распределение формируемых компетенций по разделам дисциплины представлено в таблице 4.

Таблица 4 – Формирование компетенций по разделам дисциплины

| Наименование раздела (темы) дисциплины | Код индикатора достижения компетенций | | |
|--|---------------------------------------|-----------|------------|
| | ОПК- 4.1. | ОПК- 4.2. | ОПК – 4.3. |
| Раздел 1. Методологические основы маркетинга | + | + | + |
| Тема 1. <i>Маркетинг как система</i> | + | + | + |
| Тема 2. <i>Эволюция концепций маркетинга</i> | + | + | + |
| Раздел 2. Анализ маркетинговой среды | + | + | + |
| Тема 3. <i>Рынок - основная среда маркетинга</i> | + | + | + |
| Тема 4. <i>Анализ потребителей</i> | + | + | + |
| Тема 5. <i>Сегментирование рынка и позиционирование товара</i> | + | + | + |
| Тема 6. <i>Анализ конкурентов</i> | + | + | + |
| Тема 7. <i>Система маркетинговой информации и процесс проведения маркетинговых исследований.</i> | + | + | + |
| Раздел 3. Формирование комплекса маркетинга | + | + | + |
| Тема 8. <i>Товар как элемент системы маркетинга</i> | + | + | + |
| Тема 9. <i>Рыночная атрибутика товара</i> | | | |
| Тема 10. <i>Товарная политика в системе маркетинга</i> | + | + | + |
| Тема. 11. <i>Ценообразование в системе маркетинга</i> | + | + | + |
| Тема 12. <i>Маркетинговые стратегии цен</i> | + | + | + |
| Тема 13. <i>Распределение в маркетинге</i> | + | + | + |
| Тема 14. <i>Основы маркетинговых коммуникаций</i> | + | + | + |
| Тема 15. <i>Сущность и содержание рекламы.</i> | + | + | + |
| Тема 16. <i>Инструменты маркетинговых коммуникаций</i> | + | + | + |
| Раздел 4 Стратегическое управление маркетингом | + | + | + |
| Тема 17. <i>Планирование маркетинговой деятельности на предприятии</i> | + | + | + |

| Наименование раздела (темы) дисциплины | Код индикатора достижения компетенций | | |
|---|---------------------------------------|-----------|------------|
| | ОПК- 4.1. | ОПК- 4.2. | ОПК – 4.3. |
| Тема 18 <i>Организация маркетинговой работы на предприятии.</i> | + | + | + |
| Тема 19. <i>Контроль, оценка и аудит маркетинга</i> | + | + | + |
| Раздел 5. Международный маркетинг | + | + | + |
| Тема 20. <i>Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга</i> | + | + | + |

5.3. Лекции

Перечень занятий лекционного типа, их содержание и трудоемкость представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Тематика и содержание лекций

| Наименование темы дисциплины | Тема лекции | Содержание лекции | Трудоемкость, час. |
|--|-------------------------------------|---|--------------------|
| Тема 1. <i>Маркетинг как система</i> | 1.Маркетинг как система | 1.Основные понятия маркетинга, сущность и содержание маркетинга. 2.История возникновения маркетинга. 3. Цели, виды и функции маркетинга | 2 |
| Тема 2. <i>Эволюция концепций маркетинга</i> | 1. Эволюция концепций маркетинга | 1.Концепции маркетинга Производственная, товарная, интенсификации коммерческих усилий, традиционная, социально-экономическая, взаимодействия. 2.Содержание маркетинговой концепции взаимодействия | 2 |
| Тема 3. <i>Рынок - основная среда маркетинга</i> | 1.Рынок – основная среда маркетинга | 1Маркетинговая среда. Анализ макросреды фирмы (PESTE –анализ) 2. Анализ микросреды фирмы. 3. Анализ внутренней среды фирмы | 2 |
| Тема 4. <i>Анализ потребителей</i> | 1.Анализ потребителей | 1.Особенности потребителей; модель потребительского поведения на потребительских рынках. 2.Характеристика органи- | 2 |

| Наименование темы дисциплины | Тема лекции | Содержание лекции | Трудоемкость, час. |
|---|---|--|--------------------|
| | | защит потребителей. Модель поведения корпоративных потребителей. | |
| Тема 5. <i>Сегментирование рынка и позиционирования товара</i> | 1.Сегментирование рынка | 1. Процесс сегментации рынка. Основные критерии сегментации. 2.Особенности сегментации на рынках организаций. Критерии сегментации промышленного рынка. 3.Выбор целевых сегментов рынка. Критерий привлекательности сегмента | 2 |
| | 2. Позиционирование рынка | 1.Выбор стратегии охвата рынка. Недифференцированный, дифференцированный и концентрированный маркетинг. 2..Позиционирование товаров на рынке | 2 |
| Тема 6. <i>Анализ конкурентов</i> | 1.Анализ конкурентов | 1Модель пяти конкурентных сил Портера. 2Исследование конкурентоспособности продукта. 3Исследование конкурентоспособности маркетинговой деятельности. 4Изучение конкурентоспособности фирмы в целом. 5.Выбор конкурентной стратегии по матрице Портера. | 2 |
| Тема 7. <i>Система маркетинговой информации процесс проведения маркетинговых исследований</i> | 1.Система маркетинговой информации | 1. Система маркетинговой информации. 2.Процесс маркетингового исследования. 3.Процесс получения первичной информации. Технология разработки анкеты для опроса потребителей. | 2 |
| | 2.Процесс проведения маркетинговых исследований | 1 Качественный маркетинг. 2.Бенчмаркинг. | 2 |
| Тема 8. <i>Товар как эле</i> | 1.Товар как элемент си | 1.Понятие товара в марке | 2 |

| Наименование темы дисциплины | Тема лекции | Содержание лекции | Трудоемкость, час. |
|---|--|--|--------------------|
| мент системы маркетинга | стемы маркетинга | тинге; три уровня разработки товара. 2.Классификация товаров. | |
| | 2.Стратегический анализ товаров с позиции жизненного цикла . | 1.Стратегический анализ товаров с позиции жизненного цикла. | 2 |
| Тема 9. Рыночная атрибутика товара | 1.Рыночная атрибутика товара | 1.Товарные марки. Брендинг. 2.Услуги, относящиеся к товару; виды и задачи сервиса 3.Упаковка и маркировка товаров | 2 |
| Тема 10. Товарная политика в системе маркетинга | 1.Товарная политика в системе маркетинга | 1.Анализ товаров с точки зрения потребителя. 2.Анализ товаров с экономической точки зрения. 3.Качество и конкурентоспособность товара. 4. Формирование и управление ассортиментом товаров 5. Политика и стратегия нового товара | 2 |
| | 2.Формирование товарной политики и стратегии | 1.Стандартизация и сертификация в системе обеспечения качества и конкурентоспособности товара. 2.Формирование товарной политики и стратегии. 3.Модели, используемые при разработке товаров фирмы. Портфельные стратегии. 4.Системы организации службы маркетинга и её место в создании и реализации товаров | 2 |
| Тема 11. Ценообразование в системе маркетинга | 1.Ценообразование в системе маркетинга | 1.Рыночная цена и факторы ее определяющие. Теоретические основы рыночного ценообразования. 2.Виды цен. 3. Методика расчета цен. | 2 |

| Наименование темы дисциплины | Тема лекции | Содержание лекции | Трудоемкость, час. |
|--|--|---|--------------------|
| Тема 12. <i>Маркетинговые стратегии цен</i> | 1. Маркетинговые стратегии цен | 1. Установление цен на новые товары. 2. Основные стратегии ценообразования | 2 |
| Тема 13. <i>Распределение в маркетинге</i> | 1. Распределение в маркетинге | 1. Сущность распределения в комплексе маркетинга 2. Формирование каналов распределения: виды каналов; уровни каналов; характеристики каналов; функции каналов. 3. Выбор торгового посредника. 4. Охват рынка каналами распределения: интенсивное, селективное, эксклюзивное распределение. | 2 |
| Тема 14. <i>Основы маркетинговых коммуникаций</i> | 1. Основы маркетинговых коммуникаций | 1. Определение продвижения и его виды. 2. Коммуникативный микс и его структура 3. Основные правила коммуникации. 4. Характеристика инструментов продвижения. 5. Выбор наиболее эффективного средства продвижения. | 2 |
| Тема 15. <i>Сущность и содержание рекламы</i> | 1. Сущность и содержание рекламы | 1. Цели и методы рекламы. 2. Планирование и стратегии рекламы | 2 |
| Тема 16. <i>Инструменты маркетинговых коммуникаций</i> | 1. Инструменты маркетинговых коммуникаций | 1. Решения по стимулированию сбыта 2. Личная продажа 3. Спонсоринг 4. Выбор наиболее эффективного средства продвижения 5. Решения по стимулированию сбыта | 2 |
| Тема 17. <i>Планирование маркетинговой деятельности на предприятии</i> | 1. Планирование маркетинговой деятельности предприятия | 1. Определение маркетинговых целей; 2. Ситуационный SWOT-анализ; 3. Формирование марке- | 2 |

| Наименование темы дисциплины | Тема лекции | Содержание лекции | Трудоемкость, час. |
|---|---|--|--------------------|
| | | тинговых стратегий; 4.Формирования маркетингового плана; 5.Формирование бюджета маркетинга. | |
| Тема 18. <i>Организация маркетинговой работы на предприятии.</i> | 1.Организация маркетинговой работы на предприятии | 1.Эволюция структур маркетинга. 2. Структуры маркетинговой службы в российском бизнесе. 3.Взаимосвязь службы маркетинга с другими службами предприятия | 2 |
| Тема 19. <i>Контроль, оценка и аудит маркетинга</i> | 1.Контроль, оценка и аудит маркетинга | 1.Контроль маркетинга по видам планов 2.Аудит маркетинга. | 2 |
| Тема 20. <i>Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга</i> | 1 Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга | 1.Понятие, сущность и задачи международного маркетинга 2.Концепции международного маркетинга 3.Принципы, среда международного маркетинга 4. Жизненный цикл товара на международных рынках | 2 |
| Итого | — | — | 48 |

5.4 Лабораторные работы

Лабораторные работы по дисциплине не предусмотрены учебным планом образовательной программы (таблица 6).

Таблица 6 – Тематика лабораторных работ

| Наименование темы дисциплины | Тема лабораторной работы | Трудоемкость, час. |
|------------------------------|--------------------------|--------------------|
| | | ... |
| | | ... |
| Итого | | ... |

5.5. Практические занятия

Практические занятия по дисциплине предусмотрены учебным планом образовательной программы.

Перечень практических занятий, их содержание и трудоемкость представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Тематика и содержание практических занятий

| Наименование темы дисциплины | Тема практического занятия | Содержание практического занятия | Трудоемкость, час. |
|---|-----------------------------------|---|--------------------|
| Тема 1. Маркетинг как система | Маркетинг как система | Экспресс-опрос по теме «Маркетинг как система». Экспресс-тестирование | 2 |
| Тема 2. Эволюция концепций маркетинга | Эволюция концепций маркетинга | Экспресс-опрос по теме «Эволюция концепций маркетинга». Экспресс-тестирование Анализ и решение ситуаций по определению концепций маркетинга | 2 |
| Тема 3. Рынок - основная среда маркетинга | Рынок - основная среда маркетинга | Экспресс-опрос по теме «Рынок - основная среда маркетинга». Экспресс-тестирование Анализ среды косвенного воздействия (на примере конкретного предприятия) | 2 |
| Тема 4. Анализ потребителей | Анализ потребителей | Экспресс-опрос по теме «Анализ потребителей». Экспресс-тестирование Решение ситуаций | 2 |
| | Разработка модели потребителей | Разработка модели потребителей потребительского и промышленного рынка (на примере конкретного предприятия) | 2 |

| Наименование темы дисципли- ны | Тема практического заня- тия | Содержание практиче- ского занятия | Трудоемкость, час. |
|---|---|---|-----------------------|
| | | | |
| Тема 5. Сегменти- рование рынка и позиционирование товара | Сегментирование рынка и по- зиционирование товара | Экспресс-опрос по те- ме «Сегментирование рынка и позициониро- вание товара». Экспресс- тестирование. Решение ситуаций | 2 |
| | Проведение сегментации по- требительского и промыш- ленного рынка | Проведение сегмента- цию потребительского и промышленного рынка (на примере конкретных предприятий). | 2 |
| Тема 6. Анализ конкурентов | Анализ конкурентов | Экспресс-опрос по теме «Анализ конкурентов». Экспресс-тестирование. Решение ситуаций | 2 |
| | Анализ конкурентоспособно- сти предприятия | Анализ конкурентоспо- собности предприятия (на примере конкретного предприятия) | 2 |
| Тема 7 Система маркетинговой информации. Ме- тоды и процесс проведения мар- кетинговых ис- следований | Система маркетинговой ин- формации. | Экспресс-опрос по теме «Система маркетинговой информации. Методы и процессы маркетинговых исследований. Экспресс- тестирование. Решение ситуаций по составле- нию «закрытых вопро- сов» | 2 |
| | Разработка и анализ анкеты | Разработка и анализ ан- кеты по опросу потреби- телей | 2 |
| Тема 8 Товар как элемент системы маркетинга | Товар как элемент системы маркетинга | Экспресс-опрос по те- ме «Товар как элемент системы маркетинга» Экспресс-тестирование. Решение ситуаций. | 2 |
| | Анализ жизненного цикла то- вара | Провести анализ жиз- ненного цикла товара (на примере предприятия) | 2 |

| Наименование темы дисциплины | Тема практического занятия | Содержание практического занятия | Трудоемкость, час. |
|--|--|---|--------------------|
| Тема 9. Рыночная атрибутика товара | Рыночная атрибутика товара | Экспресс-опрос по теме «Рыночная атрибутика товара». Экспресс-тестирование. Решение ситуаций | 2 |
| Тема 10 Товарная политика в системе маркетинга | Товарная политика | Экспресс-опрос по теме «Товарная политика в системе маркетинга». Экспресс-тестирование.. Анализ товара с точки зрения потребителей (метод Розенберга) | 2 |
| | Разработка мультиатрибутивной модели. Расчет матрицы БКГ | Разработка мультиатрибутивной модели в товарной политике (на примере промышленного предприятия). Расчет и построение матрицы БКГ (на примере конкретного предприятия) | 2 |
| Тема 11. Ценообразование в системе маркетинга | Ценообразование в системе маркетинга | Экспресс-опрос по теме «Ценообразование в системе маркетинга». Экспресс-тестирование. Решение ситуаций. | 2 |
| | Метод безубыточности | Метод безубыточности. Расчет критического объема ($Q_{кр}$). Построение графика безубыточности (на примере промышленного предприятия) | 2 |
| Тема 12. Маркетинговые стратегии цен | Маркетинговые стратегии цен | Экспресс-опрос по теме «Маркетинговые стратегии цен». Экспресс-тестирование. Решение ситуаций | 2 |
| | Определение ценовой стратегии | Определение ценовой стратегии (на примере конкретного предприятия) | 2 |
| Тема 13. Распределение в маркетинге | Распределение в маркетинге | Экспресс-опрос по теме «Распределение в маркетинге». Экспресс- | 2 |

| Наименование темы дисциплины | Тема практического занятия | Содержание практического занятия | Трудоемкость, час. |
|---|--|--|--------------------|
| | | тестирование. Организация каналов распределения (на примере конкретного предприятия) | |
| | Охват рынка каналами распределения | Охват рынка каналами распределения. Определение стратегии товародвижения (на примере промышленного предприятия) | 2 |
| Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций | Основы маркетинговых коммуникаций | Экспресс-опрос по теме «Основы маркетинговых коммуникаций». Экспресс-тестирование Решение ситуаций | 2 |
| | Проведение анализа маркетинговых коммуникаций | Проведение анализа маркетинговых коммуникаций (на примере промышленного предприятия) | 2 |
| Тема 15 Сущность и содержание рекламы. | Сущность и содержание рекламы. | Экспресс-опрос по теме «Сущность и содержание рекламы». «Экспресс-тестирование Разработка рекламы (на примере конкретного предприятия) | 2 |
| Тема 16. Инструменты маркетинговых коммуникаций | Инструменты маркетинговых коммуникаций | Экспресс-опрос по теме «Инструменты маркетинговых коммуникаций». Экспресс-тестирование Решение ситуаций | 2 |
| Тема 17 Планирование маркетинговой деятельности на предприятии. | Формирование маркетинговой стратегии | Формирование маркетинговой стратегии, маркетингового плана, бюджета маркетинга (на примере промышленного предприятия) | 2 |
| Тема 18 Организация маркетинговой работы на предприятии. | Организация маркетинговой работы на предприятии. Задачи операционного маркетинга | Экспресс-опрос по теме «Организация маркетинговой работы на предприятии». Экспресс-тестирование Решение ситуаций | 2 |

| Наименование темы дисциплины | Тема практического занятия | Содержание практического занятия | Трудоемкость, час. |
|---|---|--|--------------------|
| Тема 19 Контроль, оценка и аудит маркетинга | Контроль, оценка и аудит маркетинга | Экспресс- опрос по теме « Контроль, оценка и аудит маркетинга». Экспресс-тестирование Решение ситуаций | 2 |
| Тема 20 Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга | Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга | Экспресс-опрос по теме «Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга». Экспресс-тестирование Решение ситуаций | 2 |
| Итого | – | - | 64 |

5.6. Самостоятельная работа обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение, представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Вопросы для самостоятельного изучения дисциплины

| Наименование темы дисциплины | Вопросы для самостоятельного изучения темы |
|--|--|
| Тема 1. Маркетинг как система | 1.История маркетинга |
| Тема 2. Эволюция концепций маркетинга | 1.Концепция маркетинга взаимодействия |
| Тема 3. Рынок - основная среда маркетинга | 1.Микросреда предприятия |
| Тема 4. Анализ потребителей | 1.Модель поведения корпоративных потребителей |
| Тема 5.Сегментирование рынка и позиционирование товара | 1.Позиционирование товаров на рынке |
| Тема 6. Анализ конкурентов | 1.Выбор конкурентной стратегии по матрице Портера |
| Тема 7. Система маркетинговой информации. Методы и процесс проведения маркетинговых исследований | 1.Бенчмаркинг |
| Тема 8. Товар как элемент системы маркетинга | 1.Стратегический анализ товаров с позиции жизненного цикла. |
| Тема 9. Рыночная атрибутика товара | 1.Упаковка и маркировка товаров |
| Тема 10. Товарная политика в системе маркетинга | 1.Модели, используемые при разработке товаров фирмы. 2. Системы организации службы маркетинга и её место в создании и реализации товаров. |
| Тема 11. Ценообразование в системе маркетинга | 1.Методика расчета цен. |
| Тема 12. Маркетинговые стратегии | 1.Стратегия гибких цен. |

| Наименование темы дисциплины | Вопросы для самостоятельного изучения темы |
|--|--|
| цен | 2.Стратегия. 3Стратегия льготных цен. 4.Стратегия ориентированная на условия конкуренции. |
| Тема 13.Распределение в маркетинге | 1.Оптовая и розничная торговля. 2.Мерчендайзинг. 3.Использование прямого маркетинга в распределении. |
| Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций | 1.Характеристика инструментов продвижения. 2.Выбор наиболее эффективного средства продвижения. |
| Тема 15 Сущность и содержание рекламы | 1.Виды, формы и типы рекламы |
| Тема 16. Инструменты маркетинговых коммуникаций | 1.Личная продажа. 2.Спонсоринг |
| Тема 17.Планирование маркетинговой деятельности на предприятии. | 1.Формирование бюджета маркетинга |
| Тема 18. Организация маркетинговой работы на предприятии. | 1.Эволюция структур маркетинга |
| Тема.19 Контроль, оценка и аудит маркетинга | 1.Аудит маркетинговой стратегии |
| Тема 20. Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга | 1.Мировые цены. 2.Ценовая политика на международных рынках. 3.Сервис в международной торговле |

В процессе самостоятельной работы обучающиеся должны принимать решение по рассматриваемой проблеме с минимальным участием педагогического работника. Для решения поставленных задач может использоваться дополнительная литература и источники в информационно-коммуникационной сети «Интернет». Для закрепления пройденного материала педагогическим работником могут выдаваться домашние задания.

В таблице 9 указаны виды самостоятельной работы, выполняемые обучающимися при изучении соответствующих тем дисциплины.

Таблица 9 – Виды самостоятельной работы

| Наименование темы дисциплины | Виды самостоятельной работы (выбра) |
|---------------------------------------|--|
| Тема 1. Маркетинг как система | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 2. Эволюция концепций маркетинга | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. |

| Наименование темы дисциплины | Виды самостоятельной работы <i>(выбрана)</i> |
|--|--|
| | Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 3. Рынок - основная среда маркетинга | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 4. Анализ потребителей | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 5. Сегментирование рынка и позиционирование товара | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 6. Анализ конкурентов | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 7. Система маркетинговой информации. Методы и процесс проведения маркетинговых исследований | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 8. Товар как элемент системы маркетинга | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 9. Рыночная атрибутика товара | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 10. Товарная политика в системе маркетинга | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |

| Наименование темы дисциплины | Виды самостоятельной работы (выбра) |
|--|--|
| | аттестации |
| Тема 11. Ценообразование в системе маркетинга | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 12. Маркетинговые стратегии цен | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 13. Распределение в маркетинге | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 15. Сущность и содержание рекламы | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 16. Инструменты маркетинговых коммуникаций | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 17. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии. | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 18. Организация маркетинговой работы на предприятии. | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 19. Контроль, оценка и аудит маркетинга | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. |

| Наименование темы дисциплины | Виды самостоятельной работы (выбра) |
|--|--|
| | Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 20. Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга | Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |

Учебным планом в рамках дисциплины не предусмотрено выполнение расчетно-графической работы (РГР).

5.7. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Формы контрольно-оценочных мероприятий, проводимых в рамках текущего контроля успеваемости, представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Формы и периодичность текущего контроля успеваемости

| Вид учебной работы | Форма текущего контроля успеваемости | Периодичность осуществления |
|------------------------------------|--|-----------------------------|
| Практические занятия / | Устный экспресс-опрос, экспресс-тестирование. | На каждом занятии |
| Самостоятельная работа обучающихся | - устная (устный опрос); - письменная (письменный опрос); - тестовая (бланочное или компьютерное тестирование) | В течение семестра |

Оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (промежуточная аттестация обучающихся) осуществляется в форме зачета /экзамена, проводимого в устной / письменной форме. Аттестационное испытание может включать в себя прохождение теста с использованием технологии компьютерного тестирования. Для уточнения оценки экзаменатор может проводить короткий опрос-собеседование с обучающимся и (или) выдавать ему дополнительные задания.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе освоения дисциплины применяются следующие образовательные технологии: личностно-ориентированные, активизации деятельности обучающихся, интеллектуальной направленности, проблемного обучения, диалоговые и профессионально-ориентированные (таблица 11).

Таблица 11 – Образовательные технологии, применяемые в ходе преподавания дисциплины

| Вид учебной работы | Применяемые образовательные технологии |
|--------------------------------------|--|
| Лекции | Проблемная лекция. Лекция-визуализация. Лекция-беседа. Лекция-дискуссия. |
| Практические занятия | Решение практических задач. Тестирование. |
| Самостоятельная работа обучающихся | Проработка лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы. Выполнение практического задания . Подготовка к практическим занятиям. Изучение дополнительной литературы и самостоятельное формирование конспекта. Подготовка к экзамену/зачету |
| Консультации | Концентрация внимания на отдельных вопросах. Личностно-ориентированный подход. Диалог. |
| Промежуточная аттестация обучающихся | Зачет/экзамен (в устной или письменной форме). |

7. РЕАЛИЗАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И (ИЛИ) ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В электронной информационно-образовательной среде БГТУ размещается электронный курс дисциплины, включающий в себя:

- сведения об авторе курса;
- краткое описание курса;
- рабочую программу дисциплины;
- полный перечень тем дисциплины;
- презентационные материалы для проведения занятий лекционного типа;
- лекции/краткий конспект лекций по каждой теме;
- методические указания по выполнению каждого практического задания;
- материалы и тестовые задания для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Наименование электронного курса в электронной информационно-образовательной среде БГТУ — «Маркетинг – автор Радькова Н.О, для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг», форма обучения – очная.

Электронный курс предназначен для обеспечения обучающихся всеми необходимыми учебно-методическими материалами, а также проведения кон-

трольно-оценочных мероприятий в процессе обучения. При необходимости осуществляется файловый обмен отчетами о выполнении обучающимися самостоятельной работы.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

1. Маркетинг. Рынок - основная среда маркетинга: методические указания к выполнению практической работы для студентов очной формы обучения по направлениям: 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Экономика и управление на предприятии», 38.03.05 – Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика». – Брянск : БГТУ, 2022. – 15 с.

2. Маркетинг. Сегментирование рынка: методические указания к выполнению практической работы для студентов очной формы обучения: 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Экономика и управление на предприятии», 38.03.05 – Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика». – Брянск : БГТУ, 2022. – 15 с.

8.2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Маркетинг: практикум / О. В. Нифаева, А. Н. Горностаева, Е. В. Дубаневич, Е. А. Ларичева, К. В. Логвинов, Н. О. Радькова. – Брянск: БГТУ, 2019. – 124 с.

2. Егорова М.М. Маркетинг : учебное пособие / Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1744-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81021.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119289.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

б) дополнительная литература

1. Котлер, Филип Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; перевод Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Л. Царук. — 3-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 216 с. — ISBN 978-5-9614-1645-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82710.html> . —

Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-394-02732-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85241.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

в) справочная литература

Не предусмотрена

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых при изучении дисциплины

1. Сайт научной библиотеки БГТУ (<https://libri.tu-bryansk.ru>)
2. Электронно-библиотечная система «Лань» (<https://e.lanbook.com>).
3. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru>).
4. Электронно-библиотечная система ИД «Гребенников» (<https://grebennikon.ru>).
5. Единое окно доступа к информационным ресурсам (<http://window.edu.ru>).
6. Национальная электронная библиотека (<http://www.elibrary.ru>).
7. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» (<http://school-collection.edu.ru>).
8. Федеральный Интернет-портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru>).

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

- 1). Операционная система класса Microsoft Windows.
- 2). Пакет офисных прикладных программ OpenOffice или Microsoft Office.
- 3). Справочная правовая система «КонсультантПлюс»

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения обучения необходима следующая материально-техническая база:

- аудитория для проведения лекционных занятий, оборудованная персональными компьютерами, мультимедийным компьютерным проектором, средства звуковоспроизведения (по возможности), проекционным экраном, наличием доступа в информационно-коммуникационную сеть Интернет;
- учебная аудитория, оснащенная комплектом мебели и доской, для проведения консультаций, зачета, зачета с оценкой, экзамена;

- компьютерные классы с постоянным доступом к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также читальные залы научной библиотеки БГТУ для самостоятельной работы обучающихся.

10. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья организуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При проведении учебных занятий обеспечивается соблюдение следующих требований:

- учебные занятия проводятся для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся в ходе учебных занятий;
- присутствие ассистента из числа работников БГТУ или привлеченных лиц, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с педагогическим работником и т. п.);
- обучающиеся с учетом их индивидуальных особенностей могут пользоваться необходимыми им техническими средствами;
- материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже; наличие специальных кресел и других приспособлений).

Университетом созданы специальные условия для получения высшего образования обучающимися с ОВЗ:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;
- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий (информация должна быть выполнена крупным рельефно-контрастным шрифтом (на белом или желтом фоне) и продублирована шрифтом Брайля);
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию организации;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установка мониторов с возможностью трансляции субтитров (мониторы, их размеры и количество необходимо определять с учетом размеров помещения);
 - обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения Университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, локальное понижение стоек-барьеров; наличие специальных кресел и других приспособлений).

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

11.1. Методические материалы для педагогических работников

Основными формами организации обучения по дисциплине являются лекции, практические занятия и самостоятельная работа обучающихся.

Организация теоретического обучения предполагает использование инновационных технологий проведения занятий лекционного типа, к которым, в частности, относятся: проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-исследование.

1. *Проблемная лекция* предполагает преимущественно всесторонний анализ исторических и социокультурных, образовательных явлений, научный поиск истины. Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач.

2. *Лекция-визуализация* реализует принцип наглядности и учит обучающихся преобразовывать устную и письменную информацию в визуальную форму, что формирует у них профессиональное мышление за счет систематизации и выделения наиболее значимых, существенных элементов содержания обучения.

3. *Лекция-беседа* является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения обучающихся в учебный процесс. Такая лекция предполагает непосредственный контакт (диалог) педагогического работника с аудиторией.

4. *Лекция-дискуссия*, в которой в отличие от лекции-беседы педагогический работник при изложении лекционного материала не только использует ответы обучающихся на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнени-

ями в интервалах между логическими разделами.

Организация практических занятий по дисциплине направлена на углубление научно-теоретических знаний обучающихся, формирование практических умений и овладение определенными методами самостоятельной работы.

Практические занятия представляют собой занятия по решению различных прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях.

Задачи практических занятий:

- помочь обучающимся систематизировать, закрепить и углубить знания теоретического характера;
- научить обучающихся приемам решения задач из предметной области дисциплины;
- способствовать овладению навыками и умениями, входящих в структуру формируемых компетенций в результате освоения дисциплины;
- научить их работать с информацией, книгой, пользоваться справочной и научной и методической литературой;
- формировать умение учиться самостоятельно, т.е. овладевать методами, способами и приемами самообучения, саморазвития и самоконтроля.

Содержание практических работ составляют:

- устные экспресс-опросы;
- групповые дискуссии;
- выполнение практических заданий;
- письменное или компьютерное экспресс-тестирование и др.

Цели практических занятий наилучшим образом достигаются в том случае, если студент предварительно проработал тематику практического занятия. Поэтому преподаватель должен информировать студентов о теме следующего практического занятия, чтобы они могли целенаправленно самостоятельно заниматься в домашних условиях.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает аудиторную и внеаудиторную формы организации.

Основными видами самостоятельной работы обучающихся без участия педагогического работника являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); подготовка к занятиям; составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний и т.п.; текущий самоконтроль.

Основными видами самостоятельной работы обучающихся с участием педагогического работника являются: текущие консультации, прием и разбор домашних заданий и др.

При подготовке к зачету / экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, консультации преподавателя и др.

11.2. Методические материалы для обучающихся

Обучающимся, изучающим дисциплину, необходимо знать требования, предъявляемые к их различным видам учебных занятий, в том числе лекционным, практическим, индивидуальным и др. (таблица 12).

Таблица 12 – Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины

| Вид учебной работы | Организация деятельности обучающегося |
|---|---|
| Лекции | Изучение дисциплины следует начинать с прослушивания и конспектирования лекций, перечитывать конспект перед выполнением домашних заданий и практическими занятиями. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать педагогическому работнику на консультации, на практическом занятии. Над конспектами лекций надо работать систематически: первый просмотр рекомендуется сделать вечером того же дня, когда была прочитана лекция, затем просмотреть через 3-4 дня, и сделать это еще раз накануне практического занятия. |
| Практические занятия | Ознакомление с целью и задачами занятия. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме. Выполнение (решение) практических заданий и задач по алгоритму, на основе частично поисковой и или исследовательской деятельности и др. |
| Изучение дополнительной литературы и самостоятельное формирование конспекта | Ознакомление с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в конкретной теме. Составление аннотаций к прочитанным источникам и др. Рефлексия собственных достижений |
| Подготовка к зачету /экзамену | При подготовке к зачету/экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, шкалу оценивания и др. |

12. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

12.1. Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины

Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины

| Код индикатора достижения компетенции | Оценочные средства текущего контроля успеваемости | Оценочные средства промежуточной аттестации обучающихся |
|---------------------------------------|---|--|
| ОПК-4.1. | 1. Устные экспресс-опросы (темы 1 - 20). 2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 1-5). | Вопросы к зачету представлены в ФОС по дисциплине Вопросы к экзамену представлены в ФОС по дисциплине |
| ОПК- 4.2. | 1. Устные экспресс-опросы. (темы 1-20). 2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 5-7, 17-20). | Вопросы к зачету представлены в ФОС по дисциплине Вопросы к экзамену представлены в ФОС по дисциплине |
| ОПК- 4.3 | 1. Устные экспресс-опросы (темы 1 - 20). 2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 4-20). | Вопросы к зачету представлены в ФОС . Вопросы к экзамену представлены в ФОС по дисциплине |

12.2. Шкала оценивания при текущем контроле успеваемости

Оценивание отдельных видов работ в процессе изучения дисциплины рекомендуется осуществлять с использованием следующей шкалы:

– обучающийся ответил правильно на более, чем 90 % заданных вопросов или вопросов-тестов, выполнил и успешно защитил практические работы, показал отличное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «отлично» (максимальный уровень освоения компетенций);

– обучающийся ответил правильно на 75-89% заданных вопросов или вопросов-тестов, выполнил и защитил практические работы с незначительными замечаниями, показал хорошее владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «хорошо» (средний уровень освоения компетенций);

– обучающийся ответил правильно на 60-74% заданных вопросов или вопросов-тестов, выполнил и защитил практические работы со значительными замечаниями, показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «удовлетворительно» (минимальный уровень освоения компетенций);

– обучающийся ответил правильно на менее, чем 60% заданных вопросов или вопросов-тестов, не выполнил все или выполнил часть практических работ, не защитил или защитил их со значительными замечаниями, при выполнении задания обучающийся не продемонстрировал уровень самостоятельного владения

ния умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «неудовлетворительно» (минимальный уровень освоения компетенций не достигнут).

Критерии и шкала оценки РГР по дисциплине представлены в таблице 14. Данный вид работ при изучении дисциплины не предусмотрен.

Таблица 14 – Критерии и шкала оценки РГР по дисциплине

| Оценка | Оцениваемые параметры |
|-----------------------|--|
| «отлично» | Теоретический вопрос раскрыт полностью без смысловых и логических ошибок. Задание решено верно. На защите ответ обучающегося полный и правильный. Обучающийся способен изложить решение задания, сделать собственные выводы, проанализировать основные показатели. В полном объеме представлен соответствующий графический материал. |
| «хорошо» | Теоретический вопрос раскрыт на достаточно высоком уровне без смысловых и логических ошибок. Задание решено верно. Имеются незначительные недочеты в определении единиц измерения, точности вычислений и т.п. На защите ответ обучающегося в целом полный и правильный. Обучающийся способен изложить решение задания, сделать собственные выводы, проанализировать основные показатели. В полном объеме представлен соответствующий графический материал. |
| «удовлетворительно» | Теоретический вопрос раскрыт на достаточном уровне, без существенных смысловых и логических ошибок. Задание решено верно, но имеются значительные недочеты в его решении, связанные с неполнотой ответа, с правильным исчислением одних данных и неверным – других и пр. На защите ответ неполный. Обучающийся способен четко изложить решение задания, но допускает неточности в формулировке собственных выводов и анализе основных показателей. В неполном объеме представлен графический материал. |
| «неудовлетворительно» | Теоретический вопрос не раскрыт или раскрыт не полностью при наличии разного рода неточностей и ошибок. Задание решено со значительными недочетами, с неполными ответами, с неправильным исчислением данных. На защите ответ обучающегося неполный. Обучающийся не способен четко изложить решение задания, допускает неточности в формулировке собственных выводов, не способен проанализировать основные показатели. Графический материал не представлен или представлен не в полном объеме. |

В процесс преподавания дисциплины педагогическим работником формируется оценка, характеризующая текущую успеваемость обучающегося.

12.3. Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся

При проведении промежуточной аттестации обучающихся в форме зачета/ экзамена используется шкала оценивания, представленная в таблице 15.

Таблица 15 – Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся

| Уровень освоения (оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины |
|---|---|
| Высокий (зачтено / «отлично») | Обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, уверенно это демонстрирует в ходе промежуточной аттестации. Исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. |
| Повышенный (зачтено / «хорошо») | Обучающийся знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. |
| Базовый (зачтено / «удовлетворительно») | Обучающийся знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. |
| Низкий (не зачтено / «неудовлетворительно») | Обучающийся не знает на пороговом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. |

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при выполнении и защите курсовой работы (курсового проекта) оценивается по пятибалльной системе. Шкала оценивания представлена в таблице 16.

Таблица 16 – Шкала оценивания, применяемая при выполнении и защите курсовой работы (курсового проекта) для технических дисциплин не применяется

| Уровень освоения (оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины |
|------------------------------|---|
| «отлично» | а) Содержание работы: <ul style="list-style-type: none"> – работа полностью соответствует теме исследования; – грамотно обоснована актуальность работы; – обучающийся показывает глубокую общетеоретическую подготовку; – обучающийся корректно использует терминологический аппарат; – в работе используются актуальные источники, нормативные до- |

| Уровень освоения (оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины |
|------------------------------|--|
| | <p>кументы, законодательные акты;</p> <ul style="list-style-type: none"> – обучающийся демонстрирует умение работать с различными видами источников информации, в том числе с данными, полученными экспериментальным путем и с электронными библиотечными системами вуза; – обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать и научно классифицировать материал; – исследование завершается научно-значимыми выводами и/или практическими рекомендациями. <p>б) Владение навыками научного исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обучающийся владеет методологическими подходами к изучению предмета исследования и конкретными методиками; – обучающийся умеет грамотно составить программу исследования (определить научную проблему, объект, предмет, цели, задачи, подобрать методы исследования), обосновать научную новизну и/или практическую значимость данного исследования; – обучающийся умеет делать аргументированные выводы, соответствующие поставленным целям и задачам; – обучающийся умеет предложить варианты использования результатов исследования в профессиональной деятельности. <p>в) Оформление курсовой работы (проекта):</p> <ul style="list-style-type: none"> – работа оформлена в соответствии с локальными актами. <p>г) Защита курсовой работы (проекта):</p> <ul style="list-style-type: none"> – обучающийся в устном выступлении на защите адекватно представляет результаты исследования; – обучающийся аргументированно отвечает на вопросы и ведет научную дискуссию; – обучающийся владеет научным стилем изложения; – обучающийся владеет понятийным аппаратом. |
| «хорошо» | <p>а) Содержание работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – полностью соответствует теме исследования; – актуальность работы обоснована недостаточно аргументированно; – обучающийся показывает достаточную общетеоретическую подготовку, допуская погрешности в использовании терминологического аппарата; – обзор теоретических и практических наработок по проблеме имеет описательный, а не аналитический характер; – источниковая база исследования недостаточно широкая; – обучающийся демонстрирует умение работать с различными видами источников, в том числе с данными, полученными экспериментальным путем; – обучающийся проявляет способности обобщать, систематизировать и научно классифицировать материал; – в работе отсутствуют научно-значимые выводы и/или практические результаты. <p>б) Владение навыками научного исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> – не обоснована научная новизна и практическая значимость данного исследования; |

| Уровень освоения (оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины |
|------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – присутствуют отдельные недочеты в программе исследования (недостаточно аргументированно определена научная проблема, неверно сформулированы объект, предмет, цели, задачи, методы исследования подобраны не вполне корректно); – выводы исследования недостаточно аргументированны, не соответствуют поставленным целям и задачам. <p>в) Оформление курсовой работы (проекта):</p> <ul style="list-style-type: none"> – работа оформлена в соответствии с локальными актами. <p>г) Защита курсовой работы (проекта):</p> <ul style="list-style-type: none"> – обучающийся в устном выступлении на защите адекватно представляет результаты исследования; – обучающийся владеет научным стилем изложения; – обучающийся владеет понятийным аппаратом; – обучающийся во время защиты не смог ответить на ряд вопросов по предмету исследования. |
| «удовлетворительно» | <p>а) Содержание работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – частично соответствует теме исследования; – не обоснована актуальность работы; – обучающийся обнаружил удовлетворительные знания по предмету; – в работе отсутствует обзор теоретических и практических работ по проблеме; – источниковая база исследования недостаточно широка, обучающийся использует лишь данные научной литературы; – обучающийся не сумел продемонстрировать умение работать с различными видами источников; – в работе отсутствуют научно-значимые выводы или практические результаты. <p>б) Оформление курсовой работы (проекта):</p> <ul style="list-style-type: none"> – работа оформлена в соответствии с локальными актами. <p>в) Защита курсовой работы (проекта):</p> <ul style="list-style-type: none"> – в устном выступлении на защите обучающийся не может адекватно представить результаты исследования; – обучающийся отстает от научного стиля изложения; – обучающийся затрудняется в аргументации, отвечая на вопросы по теме работы. |
| «неудовлетворительно» | <ul style="list-style-type: none"> – имеются принципиальные замечания по пяти и более параметрам курсовой работы (проекта); – обучающийся допустил грубые теоретические ошибки, не владеет навыками исследования. |

Таблица 17 – Шкала оценивания, применяемая при выполнении и защите курсовой работы (курсового проекта) для гуманитарных дисциплин не применяется

| Уровень освоения (оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины |
|------------------------------|---|
| «отлично» | Актуальность работы обоснована релевантными аргументами. Цели, задачи, объект, предмет работы сформулированы корректно. Материал систематизирован, обоснованно используются со- |

| Уровень освоения (оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины |
|---------------------------|--|
| | <p>временные методы и инструменты исследования. Тема работы полностью раскрыта, четко выражена авторская позиция, имеются логичные и обоснованные выводы. В работе использованы практические кейсы по выбранной теме, содержится анализ российского и зарубежного опыта, проведен обзор научной литературы.</p> <p>Отбор источников проведен корректно, проведен глубокий теоретический анализ и сформулированы исследовательские пробелы. Источники удовлетворяют требованиям по количеству.</p> <p>Полученные результаты достоверны и аргументированы. Указаны перспективы исследования и/или практическая значимость.</p> <p>Работа оформлена в строгом соответствии с установленным стандартом и требованиям. Стил изложения научный.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на высоком уровне. Автор свободно ориентируется в материале, оперирует научной терминологией по рассматриваемой проблеме, может аргументировано отстаивать свою точку зрения и ответить на возникающие вопросы. Хорошо структурированы доклад и презентация.</p> |
| «хорошо» | <p>Актуальность работы обоснована релевантными аргументами. Цели, задачи сформулированы корректно, есть неточности в определении объекта и предмета работы. Теоретический анализ проведен не достаточно глубоко. Материал систематизирован, используются современные методы и инструменты исследования.</p> <p>Отбор источников проведен корректно: источники являются актуальными, соответствуют теме исследования, удовлетворяют требованиям по количеству.</p> <p>Полученные результаты в целом достоверны и аргументированы.</p> <p>Тема работы в целом раскрыта, прослеживается авторская позиция, сформулированы необходимые выводы; использованы соответствующая основная и дополнительная литература, а также нормативные правовые акты и другие источники.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на хорошем уровне. Автор уверенно ориентируется в материале. Имеются замечания /неточности в части изложения и отдельные недостатки по оформлению работы. Доклад в целом правильно структурирован, презентация раскрывает тему и содержание работы.</p> |
| «удовлетворительно» | <p>Актуальность работы обозначена поверхностно, нет поддерживающих аргументов. Цели и задачи работы сформулированы недостаточно корректно. Проведено реферирование источников без глубокого критического анализа, количество источников ограничено.</p> <p>Материал слабо систематизирован, обоснованно используются методы и инструменты исследования, достоверность полученных результатов слабо обоснована.</p> <p>Работа оформлена с нарушениями, язык работы не соответ-</p> |

| Уровень освоения (оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины |
|---------------------------|--|
| | <p>ствует научному стилю, есть замечания к оформлению списка источников. Структура презентации не полностью раскрывает тему. Имеются существенные ошибки в оформлении презентации, библиографии, визуальных материалов.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на среднем уровне Автор не ответил на ряд из заданных вопросов.</p> |
| «неудовлетворительно» | <p>Актуальность работы не обозначена. Цель работы расходится с темой, сформулированные задачи не позволяют раскрыть тему. Материал не систематизирован, нет понимания возможностей корректного использования методов и инструментов исследования, результаты исследования не сформулированы. Материал работы не структурирован, логика изложения материала нарушена.</p> <p>Используемые источники не являются актуальными, не соответствуют теме курсовой работы (проекта), не удовлетворяют требованиям по количеству.</p> <p>Работа оформлена с нарушениями требований, язык работы не соответствует научному стилю, присутствует некорректное оформление работы с первоисточниками.</p> <p>Материал изложен без собственной оценки и выводов.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на низком уровне Автор плохо ориентируется в представленном материале. Структура презентации не раскрывает тему. Имеются существенные ошибки в оформлении презентации, библиографии, визуальных материалов. Автор не ответил на большинство из заданных вопросов.</p> |

12.4. Оценивание окончательных результатов обучения по дисциплине

Итоговая оценка по дисциплине определяется с учетом результатов промежуточной аттестации обучающегося (зачета / экзамена) и оценок, полученных обучающимся в ходе текущего контроля успеваемости в семестре.

12.5. Характеристика результатов обучения

Характеристики результатов обучения по дисциплине в зависимости от полученной обучающимся оценки приведены в таблице 18.

Таблица 18 – Характеристика результатов обучения по дисциплине

| Оценка | Характеристика результатов обучения |
|---|---|
| Зачтено / «Отлично» (высокий уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине) | Содержание дисциплины освоено полностью, все цели достигнуты, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены |
| Зачтено / «Хорошо» (повы- | Содержание дисциплины освоено полностью, все преду- |

| Оценка | Характеристика результатов обучения |
|---|---|
| высокий уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине) | решенные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями |
| Зачтено / «Удовлетворительно» (базовый уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине) | Содержание дисциплины освоено частично, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, в них имеются ошибки |
| Не зачтено / «Неудовлетворительно» (низкий уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине) | Содержание дисциплины не освоено, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнены, либо содержат грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не привела к какому-либо значительному повышению качества выполнения учебных заданий |

12.6. Контрольно-измерительные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Контрольно-измерительные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся представлены в электронном курсе «Маркетинг», размещенном в системе электронной поддержки учебных курсов на базе программного обеспечения Moodle со встроенной подсистемой тестирования (edu.tu-bryansk.ru), входящей в состав электронной информационно-образовательной среды БГТУ (<http://edu.tu-bryansk.ru>) и «Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг».

13. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА

В соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» воспитание - «деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданской ответственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде».

В учебном процессе воспитательная работа с обучающимися реализуется средствами учебных дисциплин.

Воспитательная деятельность в ходе преподавания дисциплины направлена на формирование у обучающегося системы убеждений, нравственных норм и общекультурных качеств, на оказание им помощи в жизненном самоопределении, нравственном, гражданском и профессиональном становлении, на создание условий для самореализации личности. Воспитательная работа также ориентирует обучающихся на будущую профессиональную деятельность, фор-

мируя не только личностные, но и профессионально значимые качества.

Воспитательные задачи во время учебных занятий выполняются в скрытой (контекстной) и открытой (целенаправленной) формах. Скрытая форма воспитательной работы представляет собой воздействие всего хода педагогического процесса на становление личностных качеств обучающихся. Например, соблюдение педагогическим работником трудовой дисциплины, демонстрация преданности науке, заинтересованность в успехе обучающихся, правильная речь, хорошие манеры и т.п. имеют положительное воспитательное значение и формируют у обучающихся добросовестность, исполнительность, трудолюбие, ответственность и другие положительные качества. Обучающиеся неосознанно перенимают данные черты у педагогического работника.

Воспитание в открытой форме – это целенаправленное воздействие содержанием учебной дисциплины на становление личности обучающегося. Например, решение проблем и исследовательская работа формируют у обучающихся умение аргументировать, самостоятельно мыслить, стремление к научному поиску, развивают творчество, профессиональные умения.