



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Волжский политехнический институт
(филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Волгоградский государственный технический университет»

Вечерний факультет

УТВЕРЖДЕНО
Вечерний факультет
Декан Лапшина С.В.
30.08.2023 г.

Маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

Закреплена за кафедрой **Экономика и менеджмент**

Учебный план 38.03.02 Менеджмент

Профиль **Управление человеческими ресурсами предприятия**

Квалификация **бакалавр**

Срок обучения **4 года 11 месяцев**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах: экзамены 6

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	6(2.3)		Итого	
	УП	ПП	УП	ПП
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	139	139	139	139
Часы на контроль	27	27	27	27
Практическая подготовка	0	0	0	0
Итого трудоемкость в часах	180	180	0	0

ЛИСТ ОДОБРЕНИЯ И СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Разработчик(и) программы:

доцент, к.э.н., Гаврилова Оксана Александровна

Рецензент(ы):
(при наличии)

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

Маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

составлена на основании учебного плана:

38.03.02 Менеджмент

Профиль: Управление человеческими ресурсами предприятия

утвержденного учёным советом вуза от 31.05.2023 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры:

Экономика и менеджмент

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент Водопьянова Наталья Александровна

СОГЛАСОВАНО:

Вечерний факультет

Председатель НМС факультета Лапшина С.В.

Протокол заседания НМС факультета № 1 от 30.08.2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ). ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.
формирование у студентов базовых знаний в области теории и практики современного маркетинга
Дисциплина "Маркетинг" ориентирована на формирование знаний, умений и навыков, необходимых для выполнения следующих обобщенных трудовых функций профессиональных стандартов: 08.037 "Бизнес-аналитик", (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25.09.2018 № 592н); 40.033 "Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства" (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 609н)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Для изучения дисциплины "Маркетинг" необходимы знания, умения и навыки, формируемые следующими дисциплинами:
2.1.2	Теория менеджмента
2.1.3	Бухгалтерский учет и аудит
2.1.4	Экономическая теория
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Знания, умения и навыки, формируемые учебной дисциплиной "Маркетинг", необходимы для изучения следующих дисциплин: Учебная практика (научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы), Ценообразование,
2.2.2	Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика, Стратегический менеджмент
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.4	Эконометрика
2.2.5	Основы проектной деятельности
2.2.6	Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности
2.2.7	Инвестиции
2.2.8	Логистика
2.2.9	Организация производства
2.2.10	Управление проектами
2.2.11	Управление рисками
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)	
ОПК-1.1: Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук	
:	
Результаты обучения: знание основ концепций и направлений развития маркетинга, использование категориального и научного аппарата маркетинга при анализе экономиче-ских явлений и процессов	
ОПК-1.2: Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий	
:	
Результаты обучения: умение использовать основные категории маркетинга при решении практических задач	
ОПК-1.3: Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий	
:	
Результаты обучения: владение основными маркетинговыми методами анализа и оценки показателей деятельности организаций	
ОПК-3.1: Знает основные методы и модели принятия организационно-управленческих решений	
:	
Результаты обучения: знание и использование инструментальных средств маркетинга в соответствии с поставленной задачей	
ОПК-3.2: Умеет обосновывать, разрабатывать, реализовывать организационно-управленческие решения и оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений	

:					
Результаты обучения: умение применять соответствующие инструмен-тальные средства для анализа внешней и внутренней маркетинговой среды организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; принимать оптимальные маркетинговые решения, увязанные с конкретными ситуациями, складывающимися на рынке; решать типичные задачи, связанные с маркетинговым планированием					
ОПК-3.3: Владеет навыками оценки организационных и социальных последствий принятых решений					
:					
Результаты обучения: владение методологией маркетингового исследования; навыками применения современного математического инструментария для решения задач, связанных с расчетом и анализом современной системы показателей, характеризующих маркетинговую деятельность хозяйствующих субъектов					
ОПК-4.1: Знает основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации					
:					
Результаты обучения: знание теоретических основ организации и управ-ления маркетинговой деятельностью на предприятии					
ОПК-4.2: Умеет выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций					
:					
Результаты обучения: умение осуществлять сбор, анализ и обработку дан-ных, необходимых для решения управленческих задач; делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании					
ОПК-4.3: Владеет навыками разработки бизнес-планов проектов и направлений бизнеса					
:					
Результаты обучения: владение методологией маркетингового исследова-ния и использования полученных сведений для при-нятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности					
4. СТРУКТУРА, СОДЕРЖАНИЕ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)					
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Форма контроля (Наименование оценочного средства)
	Раздел 1. Маркетинг и его роль в обществе и деятельности организаций				
1.1	Социально-экономическая основа маркетинга /Лек/	6	0.2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3	К,Эк
1.2	Характеристика основных понятий маркетинга /Пр/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3	Ко,Эк
1.3	Маркетинговая среда организации /Лек/	6	0.3	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	К,Эк
1.4	Характеристика основных факторов микро и макросреды функционирования организации /Пр/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Ко,Эк
1.5	Маркетинговые исследования /Лек/	6	0.2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2	К,Эк

1.6	Содержание и направления маркетинговых исследований /Пр/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2	Ко,Эк
1.7	Сегментация рынка, ее роль в маркетинге /Лек/	6	0.3	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3	К,Эк
1.8	Выбор целевых сегментов рынка /Пр/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3	Ко,Эк
Раздел 2. Инструментарий маркетинговой политики предприятия					
2.1	Формирование товарной политики /Лек/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2	К,Эк
2.2	Понятие, классификация, конкурентоспособность и основные этапы разработки нового товара /Пр/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2	Ко,Эк
2.3	Формирование ценовой политики /Лек/	6	1	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	К,Эк
2.4	Методы разработки исходной цены на товар. Виды ценовых стратегий /Пр/	6	1	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Ко,Эк
2.5	Формирование сбытовой политики /Лек/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2	К,Эк
2.6	Уровни и типы организации каналов распределения товаров /Пр/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3	Ко,Эк
2.7	Формирование коммуникационной политики /Лек/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	К,Эк
2.8	Маркетинговые коммуникации: цель, основные виды /Пр/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Ко,Эк
Раздел 3. Управление комплексом маркетинга					

3.1	Организация деятельности маркетинговой службы /Лек/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2	К,Эк
3.2	Место и роль маркетинговых служб в системе управления предприятием /Пр/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2	Ко,Эк
3.3	Планирование маркетинга /Лек/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3	К,Эк
3.4	Разработка стратегических планов. Текущее планирование маркетинга /Пр/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3	Ко,Эк
3.5	Управление ассортиментом /Лек/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2	К,Эк
3.6	Товарный ассортимент и его показатели. Товарная линия и товарная номенклатура /Пр/	6	1	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2	Ко,Эк
3.7	Управление сбытом /Лек/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3	К,Эк
3.8	Система товародвижения и управление маркетинговым снабжением. Управление запасами предприятия /Пр/	6	1	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3	Ко,Эк
3.9	Международный маркетинг /Лек/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	К,Эк
3.10	Расширение рамок маркетинга /Пр/	6	0.5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Ко,Эк
Раздел 4. Самостоятельная работа студентов					
4.1	Выполнение самостоятельных заданий на практических занятиях /Ср/	6	35	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Ко,Эк

4.2	Подготовка к аудиторным занятиям и выполнение соответствующих заданий /Ср/	6	40	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Ко,Эк
4.3	Контрольная работа (реферат) /Ср/	6	64	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	К,Эк
Раздел 5. Промежуточная аттестация по дисциплине					
5.1	/Экзамен/	6	27	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Эк

Примечание. Формы контроля: Эк – экзамен, К- контрольная работа, Ко- контрольный опрос, Сз- семестровое задание, З-зачет, ОП -отчет по практике.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства планируемых результатов обучения представлены в виде фондов оценочных средств (ФОС), разработанных в соответствии с локальным нормативным актом университета. ФОС может быть представлен в Приложении к рабочей программе.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины:
Фонд оценочных средств по дисциплине является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения образовательной программы высшего образования. Фонд оценочных средств является приложением к рабочей программе по дисциплине и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов и методов их использования, предназначенных для измерения уровня сформированности, закрепленных за дисциплиной, компетенций у студентов, и уровня достижения студентами установленных результатов освоения дисциплины. Фонд оценочных средств представлен в электронном учебно-методическом комплексе дисциплины

В рамках освоения дисциплины «Маркетинг» используются следующие критерии оценивания знаний студентов по оценочным средствам:

Студент в результате выполнения и сдачи оценочного средства может получить следующие оценки.

Отлично

Полностью и правильно выполнено, и оформлено задание.

При отчёте студент дал полные и правильные ответы на 90-100% задаваемых вопросов по теме работы.

Хорошо

Полностью и с небольшими неточностями выполнено и оформлено задание.

При отчёте студент дал не полные и с небольшими ошибками ответы на все задаваемые вопросы по теме работы или доля правильных ответов составила 70 – 89%.

Удовлетворительно

Не полностью и с ошибками выполнено и оформлено задание.

При отчёте студент дал не полные ответы и не на все задаваемые вопросы по теме работы. Доля правильных ответов составила 50 – 69%.

Неудовлетворительно

Студент не выполнил задание. Доля правильных ответов составила менее 50%.

Оценивание компетенций при изучении дисциплины «Маркетинг»

Исходя из 100-балльной (пятибалльной) системы оценивания системы оценки успеваемости студентов, в ходе освоения изучаемой дисциплины студент получает итоговую оценку, по которой оценивается уровень освоения компетенций.

90-100 баллов (отлично) повышенный уровень

Студент демонстрирует сформированность компетенций на повышенном уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями и навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

76-89 баллов (хорошо) базовый уровень

Студент демонстрирует сформированность дисциплинарной компетенций на базовом уровне: основные знания, умения и навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний, умений и навыков на новые, нестандартные ситуации.

61-75 баллов (удовлетворительно) пороговый уровень

Студент демонстрирует сформированность компетенций на пороговом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями, умениями и навыками при их переносе на новые ситуации

0-60 баллов (неудовлетворительно) уровень освоения компетенций ниже порогового

Компетенции не сформированы. Проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

6.1. Рекомендуемая литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,	Электронный адрес
Л.1	Синицына, О. Н.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие - https://www.book.ru/book/930437	М.: КноРус, 2019	https://www.book.ru/book/930437
Л.2	Сидорова, С. А.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие - https://e.lanbook.com/book/161309	Самара : СамГУПС, 2020	https://e.lanbook.com/book/161309
Л.3	Шацкая, И. В.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие - https://e.lanbook.com/book/167584	Москва : РТУ МИРЭА, 2020	https://e.lanbook.com/book/167584
Л.4	Шевченко, Д. А.	Основы современного маркетинга [Электронный ресурс]: учебник - https://e.lanbook.com/book/173899	Москва : Дашков и К, 2019	https://e.lanbook.com/book/173899
Л.5	Максимова, О. Н., Гаврилова, О. А.	Методические указания по дисциплине «Маркетинг» [Электронный ресурс]: методические указания - http://lib.volpi.ru	Волжский, 2022	http://lib.volpi.ru
Л.6	Николаева, М. А.	Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник - https://e.lanbook.com/book/315923	Москва : Дашков и К, 2023	https://e.lanbook.com/book/315923

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Электронная библиотечная система "Лань"
Э2	Электронно-библиотечная система book.ru
Э3	Электронно-библиотечная система ВолгГТУ

6.3 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Программное обеспечение общего назначения. Операционные системы: MS Windows XP Pro Подписка Microsoft Imagine Premium ID df8605e9-c758-42d6-a856-ae0ba9714cc4 Договор № 50/2018 от 21.09.2018г. (подписка на 2018-2021гг)
6.3.1.2	MS Office 2003: Лицензия №41449069 от 25.04.2007 Лицензия №43112069 от 07.12.2006
6.3.1.3	Специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.
6.3.1.4	1С Предприятие 8.2 Свободная академическая лицензия

6.4 Перечень информационных справочных систем и электронных библиотечных систем (ЭБС)

6.3.2.1	Информационно-справочная система Консультант-Плюс http://www.consultant.ru/online/ (Договор о сотрудничестве от 01.03.2004 г.)
6.3.2.2	Информационно-справочная система Гарант. http://www.garant.ru (Договор о взаимном сотрудничестве №43/35/2001С от 05.03.2001г. бессрочный)

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) /ОБОРУДОВАНИЕ

7.1	ВПИ (филиал) ВолгГТУ располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным и санитарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом по дисциплине.
-----	---

7.2	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории
7.3	При проведении лекционных и практических занятий используется презентационное оборудование (плазменная панель/проектор, ноутбук/компьютер) и комплект презентаций, обеспечивающий тематические иллюстрации по темам рабочей программы дисциплины.
7.4	Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации
7.5	Электронно-библиотечная система ВПИ (филиал) ВолгГТУ обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории ВПИ (филиал) ВолгГТУ, так и вне его.
7.6	Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий и учебно-методического обеспечения для студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ при освоении дисциплины осуществляется исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения программы курса, а также с учетом их индивидуальных возможностей.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины:

Важным условием успешного освоения дисциплины является создание студентом системы правильной организации своего труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания к практическим занятиям, а также задания, вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующей темы лекционного курса, что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями, умениями и навыками.

Методические указания к лекционным занятиям:

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо также выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Работу над конспектом следует начинать с его доработки, желательно в тот же день, пока материал еще легко воспроизводим в памяти (через 10 часов после лекции в памяти остается не более 30-40 % материала). С целью доработки необходимо прочитать записи, восстановить текст в памяти, а также исправить описки, расшифровать не принятые ранее сокращения, заполнить пропущенные места, понять текст, вникнуть в его смысл. Далее прочитать материал по рекомендуемой литературе, разрешая в ходе чтения возникшие ранее затруднения, вопросы, а также дополняя и исправляя свои записи. Записи должны быть наглядными, для чего следует применять различные способы выделений. В ходе доработки конспекта углубляются, расширяются и закрепляются знания, а также дополняется, исправляется и совершенствуется конспект.

Подготовка к практическим занятиям:

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к семинарским и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений и формул, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Непременным условием глубокого усвоения учебного материала является знание основ, на которых строится изложение материала. Обычно преподаватель напоминает, какой ранее изученный материал и в какой степени требуется подготовить к очередному занятию. Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний.

Для успешного освоения материала студентам рекомендуется сначала ознакомиться с учебным материалом, изложенным в лекциях и основной литературе, затем выполнить самостоятельные задания, при необходимости обращаясь к

дополнительной литературе.

При подготовке к семинару можно выделить 2 этапа: - организационный; - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает: - уяснение задания на самостоятельную работу; - подбор рекомендованной литературы; - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его наиболее важная и сложная часть, требующая пояснений преподавателя в процессе контактной работы со студентами. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, разобраться в иллюстративном материале, задачах.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу).

Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам и структурировать изученный материал.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям заблаговременно, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Методические указания к контрольной работе:

Контрольная работа – один из видов самостоятельной работы студентов, направленный на выявление уровня усвоения учебного материала. Контрольная работа является документом, выступающим особой формой отчетности по самостоятельной работе студента в процессе изучения курса, представляет собой итог самостоятельного изучения студентом дисциплины. Написанию контрольной работы предшествует большая самостоятельная работа по изучению учебной, специальной научной литературы. Она позволяет студенту овладеть комплексом основных навыков и приемов анализа, обобщения, классификации полученной информации, которая поможет в дальнейшей профессиональной деятельности. При написании работы обязательны цитирование, ссылки на источники и статистические данные. Содержание контрольной работы студента определяется учебной программой дисциплины, фондом оценочных средств, методическими материалами, которые представлены в ЭИОС института.

Рекомендации по работе с литературой:

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов, в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы. Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного

Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине:

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- 1) внимательно изучить перечень вопросов к промежуточной аттестации по дисциплине и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- 2) внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- 3) составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Освоение дисциплины студентами-инвалидами и студентами с ОВЗ.

Освоение дисциплины студентами-инвалидами и студентами с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. Например, для слабослышащих студентов эффективна практика опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с лекционным материалом и обращают внимание на незнакомые и непонятные слова и фрагменты. Такой вариант организации работы позволяет студентам лучше ориентироваться в потоке новой информации, заранее обратить внимание на сложные моменты.

При лекционной форме занятий слабовидящим рекомендуется использовать звукозаписывающие устройства и компьютеры как способ конспектирования во время занятий.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.