

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

26 июня 2019 г.

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»  
Авторы Соколов Юрий Игоревич, д.э.н., профессор  
Лавров Илья Михайлович, к.э.н., доцент

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Маркетинг на транспорте**

Направление подготовки:	38.03.06 – Торговое дело
Профиль:	Маркетинг
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2019

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 8 25 июня 2019 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 24 24 июня 2019 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">Н.П. Терешина</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 2575  
Подписал: Заведующий кафедрой Терешина Наталья Петровна  
Дата: 24.06.2019

Москва 2019 г.

## **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг на транспорте» в соответствии с требованиями ФГОС ВО являются формирование у обучающегося следующего состава компетенций учебного плана.

Дисциплина нацелена на подготовку студентов к научно обоснованному принятию решений в области маркетинговой деятельности на транспорте, в частности, анализа рынка, проведения товарной, ценовой сбытовой политики.

## **2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

Учебная дисциплина "Маркетинг на транспорте" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

### **2.1. Наименования предшествующих дисциплин**

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

#### **2.1.1. Основы маркетинга:**

**Знания:** Основы организации маркетинговой деятельности, специфику методов исследований в бизнесе, понимать многообразие экономических процессов; закономерности рыночных отношений, экономическое, финансовое прогнозирование и планирование в организации

**Умения:** Анализировать направления экономической политики государства, применять типовые модели к расчетам макро-, медиа- и микро- показателей, с использованием информационных технологий

**Навыки:** Инструментами маркетинг, навыками разработки программ и проведения; навыками применения информационных технологий

#### **2.1.2. Экономические основы транспортной деятельности:**

**Знания:** Знает основные концепции и особенности развития транспортной системы и определяет перспективные направления её развития.

**Умения:** Знает основные концепции и особенности развития транспортной системы и определяет перспективные направления её развития.

**Навыки:** Знает основные концепции и особенности развития транспортной системы и определяет перспективные направления её развития.

### **2.2. Наименование последующих дисциплин**

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Государственная итоговая аттестация

2.2.2. Экономика железнодорожного транспорта

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ),  
СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКС-2 Способен анализировать динамику товарных и сырьевых рынков прогнозировать поведение потребителей товаров и услуг	ПКС-2.1 Владеет современными методами маркетинговых исследований динамики товарных и сырьевых рынков. ПКС-2.2 Прогнозирует поведение потребителей товаров и услуг.

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

##### 4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

##### 4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 5
Контактная работа	68	68,15
Аудиторные занятия (всего):	68	68
В том числе:		
лекции (Л)	34	34
практические (ПЗ) и семинарские (С)	34	34
Самостоятельная работа (всего)	76	76
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗаО	ЗаО

### 4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5	Раздел 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга	1		1		3	5	
2	5	Раздел 2 Основные положения концепции маркетинга на транспорте	1		1		3	5	
3	5	Раздел 3 Управление маркетингом на транспорте	2		2		3	7	
4	5	Раздел 4 Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги	2		16		3	21	ПК1
5	5	Раздел 5 Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга	2		2		3	7	
6	5	Раздел 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	18		4		3	25	
7	5	Раздел 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	2		2		1	5	
8	5	Раздел 8 Коммуникационная политика на транспорте	2		2		1	5	ПК2
9	5	Раздел 9 Маркетинг подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности	2		2		1	5	
10	5	Раздел 10 Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях	2		2		55	59	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Всего	Формы текущего контроля успеваемости и промежу- точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
11	5	Раздел 11 Дифференцированный зачет						0	ЗаО	
12		Всего:	34		34		76	144		

#### 4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 34 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга	Сущность, принципы и функции общего маркетинга Концепции, виды и типы маркетинга Система маркетинговой деятельности на предприятии Проблемы и особенности маркетинга на транспорте	1
2	5	РАЗДЕЛ 2 Основные положения концепции маркетинга на транспорте	Сущность транспортной продукции и особенности транспортного рынка Сущность, основные понятия и принципы транспортного маркетинга Основные функции (направления) маркетинга на транспорте Окружающая среда маркетинга транспортных предприятий Виды конкуренции на транспортном рынке	1
3	5	РАЗДЕЛ 3 Управление маркетингом на транспорте	Особенности управления маркетингом на транспорте Структура органов управления маркетингом на транспорте Система фирменного транспортного обслуживания на железнодорожном транспорте Место и роль транспортно-экспедиционного обслуживания в системе маркетинга на транспорте	2
4	5	РАЗДЕЛ 4 Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги	Маркетинговые обследования районов тяготения транспортных предприятий Анализ, сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг по грузовым перевозкам Маркетинг пассажирских перевозок Методы формирования спроса на транспортные услуги	16
5	5	РАЗДЕЛ 5 Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга	Концепция планирования перевозок грузов на транспорте в системе маркетинга Стратегическое планирование работы транспортных предприятий в системе маркетинга Прогнозирование и оптимизация перевозок грузов в новых условиях Текущее и оперативное планирование перевозок Разработка бизнес-плана транспортного предприятия	2
6	5	РАЗДЕЛ 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	Анализ рыночных возможностей транспортных предприятий Определение транспортной обеспеченности и доступности Управление качеством транспортного обслуживания Использование логистики и новых технологий на транспорте Планирование комплекса мероприятий маркетинга на транспортном рынке	4

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
7	5	РАЗДЕЛ 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	Особенности ценовой политики при маркетинге Определение ценовой эластичности спроса на транспортные услуги Анализ издержек при ценообразовании Тарифная политика на различных видах транспорта Виды скидок и надбавок в системе транспортных тарифов	2
8	5	РАЗДЕЛ 8 Коммуникационная политика на транспорте	Фирменный стиль и его воздействие на потребителей транспортных услуг Рекламная деятельность на транспорте Другие неценовые методы стимулирования спроса на транспортные услуги	2
9	5	РАЗДЕЛ 9 Маркетинг подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности	Подсобно-вспомогательная и диверсификационная деятельность на транспорте Особенности маркетинга подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности на транспорте Ценообразование на продукцию, работы и услуги подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности на транспорте	2
10	5	РАЗДЕЛ 10 Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях	Показатели экономической эффективности мероприятий маркетинга Определение потока денежных средств и показателей коммерческой эффективности Примеры определения коммерческой эффективности маркетинговой деятельности	2
ВСЕГО:				34/0

#### 4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины «Маркетинг на транспорте» осуществляется в форме практических занятий. Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративный разбор различных методов оценки уровня качества на предприятии). Остальная часть практического курса проводится с использованием интерактивных (диалоговых) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций; технологий, основанных на коллективных способах обучения, а так же с использованием компьютерной тестирующей системы. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, подготовка устных докладов и презентационных материалов по специфике курса. К интерактивным (диалоговым) технологиям относится отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов.

Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершенный объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (подготовка устных докладов и презентаций по тематике курса) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые устные опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	3
2	5	РАЗДЕЛ 2 Основные положения концепции маркетинга на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	3
3	5	РАЗДЕЛ 3 Управление маркетингом на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	3
4	5	РАЗДЕЛ 4 Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	3
5	5	РАЗДЕЛ 5 Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение	3

			электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	
6	5	РАЗДЕЛ 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	3
7	5	РАЗДЕЛ 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	1
8	5	РАЗДЕЛ 8 Коммуникационная политика на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	1
9	5	РАЗДЕЛ 9 Маркетинг подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	1
10	5	РАЗДЕЛ 10 Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение	55

			индивидуального или группового домашнего задания	
				ВСЕГО: 76

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата	Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова	Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 370 с. , 0 <a href="https://urait.ru/bcode/399908">https://urait.ru/bcode/399908</a>	Все разделы
2	Маркетинг на автомобильном транспорте : учебное пособие для вузов	А. А. Бачурин.	Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 199 с, 0 <a href="https://urait.ru/bcode/428064">https://urait.ru/bcode/428064</a>	Все разделы
3	Экономика транспорта : учебник и практикум для академического бакалавриата	Е. В. Будрина [и др.] ; под редакцией Е. В. Будриной	Москва : Издательство Юрайт, 2018. , 0 <a href="https://urait.ru/bcode/413530">https://urait.ru/bcode/413530</a>	Все разделы

### 7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
4	Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия	Под ред. Ю.И. Соколова	М.: ФГОУ УМЦ ЖДТ, 2015. – 320 с. НТБ МИИТ, 0 <a href="http://library.miiit.ru/catalog/">http://library.miiit.ru/catalog/</a>	Все разделы
5	Основы маркетинга на транспорте	Галабурда В.Г., Иванова Е.А., Соколов Ю.И.	М.: МИИТ, 2011. НТБ МИИТ, 0 <a href="http://library.miiit.ru/catalog/">http://library.miiit.ru/catalog/</a>	Все разделы
6	Транспортный маркетинг: учебник.–	Под ред. В.Г. Галабурды.	М.: ФГОУ УМЦ ЖДТ, 2011. – 452 с. НТБ МИИТ, 0 <a href="http://library.miiit.ru/catalog/">http://library.miiit.ru/catalog/</a>	Все разделы

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Сайт НТБ МИИТ <http://library.miiit.ru>

2. Поисковая система Яндекс

Internet – ресурсы:

1. <http://www.humanities.edu.ru/> -Социально-гуманитарное и политологическое образование: федеральный портал - Материалы по различным социальным и гуманитарным предметам.

2. <http://window.edu.ru/window> - Единое окно доступа к образовательным ресурсам.

Интегральный каталог образовательных интернет-ресурсов, электронная учебно-методическая библиотека для общего и профессионального образования, ресурсы системы федеральных образовательных порталов.

3. <http://www.ecsocman.edu.ru/> - Федеральный образовательный портал.

4. <http://ru.wikipedia.org/> и др.

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ,

## **ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой и интерактивной доской.

Для проведения практических занятий необходимы компьютеры с рабочими местами в компьютерном классе. Компьютеры должны быть обеспечены стандартными лицензионными программными продуктами и обязательно программным продуктом Microsoft Office не ниже Microsoft Office 2007 (2013).

Наличие оболочки АСТ для проведения электронного тестирования знаний студентов.

Учебный контент «Маркетинг на транспорте» (на учебном портале ИЭФа) с тестами.

Электронные обучающие программы (практикум, на учебном портале ИЭФа).

Электронное сопровождение лекций в форме презентаций Power Point.

### **10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Для проведения аудиторных занятий и самостоятельной работы требуется:

1. Рабочее место преподавателя с персональным компьютером, подключённым к сети INTERNET.
2. Специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.
3. Компьютерный класс. Рабочие места студентов в компьютерном классе, подключённые к сети INTERNET.
4. Для проведения практических занятий: компьютерный класс;; компьютеры с минимальными требованиями – Pentium 4, ОЗУ 4 ГБ, HDD 100 ГБ, USB 2.0.

### **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе.

Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого преподавателем материала. Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению теоретических курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных теоретических положений, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке магистра важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание основ анализа экономической среды международного бизнеса, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий.

Подготовка устных докладов и презентационных материалов по тематике курса: закрепление и углубление знаний, полученных на занятиях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с исходными данными, научной литературой и специальными

документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с учебным материалом на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтра. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к зачету, тестирования, подготовка устных докладов и презентационных материалов по тематике курса, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств является составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины.

Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная литература.