МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА (МИИТ)»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИУИТ

С.П. Вакуленко

08 сентября 2017 г.

Кафедра «Логистика и управление транспортными системами»

Автор Мисанова Ирина Николаевна, д.э.н., доцент

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

Направление подготовки:	38.03.02 – Менеджмент
Профиль:	Международный менеджмент логистических систем (Российско-Китайская программа)
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2017

Одобрено на заседании	Одобрено на заседании кафедры
Учебно-методической комиссии института Протокол № 2 30 сентября 2019 г. Председатель учебно-методической комиссии Н.А. Клычева	Протокол № 2 27 сентября 2019 г. Заведующий кафедрой В.В. Багинова

Москва 2017 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг» являются: формирование зна-ний маркетинга как современной концепции и системы управления организацией в рыноч-ной среде, а также умений использования маркетинговых подходов, методов и инструментов в управлении организацией.

Задачи учебной дисциплины:

? сформировать понимание сущности, принципов, функций и задач маркетинга, а также направлений и методов маркетинговой деятельности;

? ознакомить с основными концепциями маркетинга;

? сформировать знание разработки и реализации маркетинговой стратегии, комплекса и программ маркетинга (ценовой, товарной, коммуникационной, сбытовой политики);

? научить пользоваться современными информационными технологиями в реализации маркетинговых стратегий по различным типам товаров;

? научить проводить маркетинговые исследования, а также анализировать рыночные возможности, сегментировать и выбирать целевые рынки;

? ознакомить с практическими технологиями разработки новых продуктов, товаров и услуг, технологиями бренд-менеджмента;

? сформировать знания и практические навыки управления маркетинговыми коммуникациями, т.е. рекламными компаниями, паблик рилейшнз, стимулированием сбыта и личными продажами;

? сформировать знание особенностей и методов международного маркетинга.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

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

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

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

2.1.1. История:

Знания: основные законы и понятийно – категориальный аппарат исторической науки

Умения: выражать и обосновывать свою позицию по отношению к историческому прошлому;

Навыки: навыками исторической аналитики: эф-фективного поиска, получения, анализа и обоб-щения исторической информации в динамике и взаимосвязи.

2.1.2. Теория менеджмента:

Знания: роли, функции и задачи менеджера в современной организации; основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля

Умения: выделять проблемные направления осуществления контроля

Навыки: методами реализации основных управленческих функций (планирование, организация, мотивирование и контроль);

2.1.3. Экономические основы логистики:

Знания: требования к оценке эффективности логистических систем

Умения: проводить экономический анализ логистической деятельности и бизнес-процессов логистики

Навыки: способами оценки условий и последствий принимаемых организационно-управленческих решений

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Бухгалтерский учет и аудит

2.2.2. Логистика распределения

2.2.3. Логистика складирования

2.2.4. Транспортная логистика

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	ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Знать и понимать: принципы взаимодействия продавцов и покупателей товара Уметь: объяснять основные задачи маркетинга при различных состояниях спроса, анализировать поведе-ние потребителей на рынке, выбирать факторы, ока-зывающие влияние на поведение потребителей, ана-лизировать процесс принятия потребителем решений Владеть: навыками разработки рекомендации по удов-летворению потребительского спроса, навыками оп-ределения «портрета» потребителей товара
2	ОПК-4 способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Знать и понимать: основы разработки маркетинговых стратегий, место и роль управления маркетинговыми бизнес-процессами в деятельности организации, основные теории, модели и инструменты маркетинга, методики принятия стратегических и тактических маркетинго-вых управленческих решений, критерии оценки эф-фективности маркетинговых проектов. Уметь: описывать в общих чертах современные технологии, методические приёмы и процедуры организации маркетинговой деятельности Владеть: навыками планирования и организации мероприятий по использования инструментов комплекса маркетинга для достижения целей организации

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

	Количество часов	
Вид учебной работы	Всего по учебному плану	Семестр 3
Контактная работа	41	41,15
Аудиторные занятия (всего):	41	41
В том числе:		
лекции (Л)	18	18
практические (ПЗ) и семинарские (С)	18	18
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Самостоятельная работа (всего)	49	49
Экзамен (при наличии)	54	54
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)	ЭК	ЭК

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 промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	3	Раздел 1 Маркетинг как рыночная концеп-ция управления	2/4		2/4	1	5	10/8	, Устный опрос
2	3	Раздел 2 Маркетинговые исследования рынка	2/2		2/2	1	5	10/4	, Устный опрос
3	3	Раздел 3 Сегментирование и позиционирова-ние товара на рынке	2		2	1	5	10	, Устный опрос
4	3	Раздел 4 Товарная стратегия и брендинг	2		2	1	5	10	ПК1, Контрольная работа
5	3	Раздел 5 Стратегии и методы ценообразования в маркетинге	2		2	1	5	10	, Доклад
6	3	Раздел 6 Стратегия товародвижения в системе маркетинга	2		2		5	9	, Доклад
7	3	Раздел 7 Стратегия продвижения товаров	2		2		5	9	, Доклад
8	3	Раздел 8 Управление маркетингом	2		2		5	9	, Устный опрос
9	3	Раздел 9 Международный маркетинг	2		2		9	13	ПК2, Контрольная работа
10	3	Раздел 10 экзамен						54	ЭК
11		Всего:	18/6		18/6	5	49	144/12	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 18 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	3	РАЗДЕЛ 1 Маркетинг как рыночная концеп-ция управления	1.Исторические и социокультурные аспекты решения маркетинговых задач на российском рынке.2.Маркетинговый подход вменеджменте. 3. Эволюция маркетинга в России	2 / 4
2	3	РАЗДЕЛ 2 Маркетинговые исследования рынка	1.Маркетинговое консультирование.2.Позиционирование товара на рынке.3.Влияние демографических показателей на разработку маркетинговых кампаний.4. Мониторинг рыночной конъюнктуры	2 / 2
3	3	РАЗДЕЛ 3 Сегментирование и позиционирова-ние товара на рынке	1.Сущность и содержание сегментирования 2.Позиционирование товаров	2
4	3	РАЗДЕЛ 4 Товарная стратегия и брендинг	1.Процесс разработки новых продуктов в российских организациях.2.Качество и конкурентоспособность товара.3.Проблемы товарной политики в России.4. Ассортиментная политика.	2
5	3	РАЗДЕЛ 5 Стратегии и методы ценообразования в маркетинге	1.Роль государства в ценообразовании.2. Ценовая конкурентоспособность и маркетинг	2
6	3	РАЗДЕЛ 6 Стратегия товародвижения в системе маркетинга	1.Маркетинг закупок. 2.Маркетинг продаж.3.Типы торговых посредников.4. Мерчандайзинг	2
7	3	РАЗДЕЛ 7 Стратегия продвижения товаров	1.Основные элементы Интернет-рекламы в организациях.2.Фирменный стиль. 3. Оценка и измерение эффективно-сти рекламы	2
8	3	РАЗДЕЛ 8 Управление маркетингом	1.Маркетинг и работа с кадрами.2.Развитие организационных структур маркетинга.3. Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности	2
9	3	РАЗДЕЛ 9 Международный маркетинг	1.Анализ зарубежного рынка и внешней среды маркетинга.2.Ценовая политика в международ-ном маркетинге.3.Особенности коммуникационной политики в международном маркетинге.4. Сбытовая политика в международном маркетинге.	2
			ВСЕГО:	18 / 6

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Рекомендуется использовать следующие образовательные технологии: дискуссии, Power Point-презентации, проектные задания, поисковые информационные задания с использованием Интернет.

В процессе организации изучения дисциплины предполагается использовать следующие образовательные технологии: технологию группового обучения, технологию индивидуального обучения, коллективный способ обучения, игровые технологии, проблемное обучение, технологии саморазвивающего обучения.

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	3	РАЗДЕЛ 1 Маркетинг как рыночная концеп-ция управления	СР1 Изучить теоретический материал по учебному пособию, рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям Маркетинг на транспорте [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Организация перевозок и управление на транспорте" и по напр. подготовки бакалавров "Эксплуатация транспортных средств", "Технология транспортных процессов" / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский. - М. : Академия, 2013. - 268 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 265-266. - 1000 экз	5
2	3	РАЗДЕЛ 2 Маркетинговые исследования рынка	СР2 Изучить теоретический материал по учебному пособию, рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям Маркетинг на транспорте [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Организация перевозок и управление на транспорте" и по напр. подготовки бакалавров "Эксплуатация транспортных средств", "Технология транспортных процессов" / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский. - М. : Академия, 2013. - 268 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 265-266. - 1000 экз	5
3	3	РАЗДЕЛ 3 Сегментирование и позиционирова-ние товара на рынке	СР3 Изучить теоретический материал по учебному пособию, рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям Маркетинг на транспорте [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Организация перевозок и управление на транспорте" и по напр. подготовки бакалавров "Эксплуатация транспортных средств", "Технология транспортных процессов" / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский. - М. : Академия, 2013. - 268 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 265-266. - 1000 экз	5
4	3	РАЗДЕЛ 4 Товарная стратегия и брендинг	СР4 Изучить теоретический материал по учебному пособию, рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям Маркетинг на транспорте [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Организация перевозок и управление на транспорте" и по напр. подготовки бакалавров "Эксплуатация транспортных	5

			средств", "Технология транспортных процессов" / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский. - М. : Академия, 2013. - 268 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 265-266. - 1000 экз	
5	3	РАЗДЕЛ 5 Стратегии и методы ценообразования в маркетинге	СР5 Изучить теоретический материал по учебному пособию, рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям Маркетинг на транспорте [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Организация перевозок и управление на транспорте" и по напр. подготовки бакалавров "Эксплуатация транспортных средств", "Технология транспортных процессов" / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский. - М. : Академия, 2013. - 268 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 265-266. - 1000 экз	5
6	3	РАЗДЕЛ 6 Стратегия товародвижения в системе маркетинга	СР6 Изучить теоретический материал по учебному пособию, рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям Маркетинг на транспорте [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Организация перевозок и управление на транспорте" и по напр. подготовки бакалавров "Эксплуатация транспортных средств", "Технология транспортных процессов" / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский. - М. : Академия, 2013. - 268 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 265-266. - 1000 экз	5
7	3	РАЗДЕЛ 7 Стратегия продвижения товаров	СР7 Изучить теоретический материал по учебному пособию, рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям Маркетинг на транспорте [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Организация перевозок и управление на транспорте" и по напр. подготовки бакалавров "Эксплуатация транспортных средств", "Технология транспортных процессов" / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский. - М. : Академия, 2013. - 268 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 265-266. - 1000 экз	5
8	3	РАЗДЕЛ 8 Управление маркетингом	СР8 Изучить теоретический материал по учебному пособию, рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям Маркетинг на транспорте [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Организация перевозок и управление на транспорте" и по напр. подготовки бакалавров "Эксплуатация транспортных средств", "Технология транспортных процессов" / Л. Б. Миротин, А. К.	5

			Покровский. - М. : Академия, 2013. - 268 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 265-266. - 1000 экз	
9	3	РАЗДЕЛ 9 Международный маркетинг	СР9 Изучить теоретический материал по учебному пособию, рекомендуемой литературе, конспекту лекций и презентациям Маркетинг на транспорте [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Организация перевозок и управление на транспорте" и по напр. подготовки бакалавров "Эксплуатация транспортных средств", "Технология транспортных процессов" / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский. - М. : Академия, 2013. - 268 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 265-266. - 1000 экз	9
			ВСЕГО:	49

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 на транспорте [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. "Организация перевозок и управление на транспорте" и по напр. подготовки бакалавров "Эксплуатация транспортных средств", "Технология транспортных процессов"	Л. Б. Миротин, А. К. Покровский	М. : Академия, - 268 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 265-266. - 1000 экз., 2013 НТБ МИИТ	Все разделы
2	Международный маркетинг [Текст] : учебное пособие	Н. А. Нагапетьянц [и др.]	М. : Вузовский учебник ; М. : ИНФРА-М, - 292 с., 2015 НТБ МИИТ	1,2,4,5,7,9

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Международный маркетинг [Текст] : учебник для бакалавров	Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк	М. : Юрайт, - 556 с. : ил. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 555-556. - 1000 экз , 2014 НТБ МИИТ	Все разделы

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

1. http://library.miit.ru/ - электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ.
2. http://rzd.ru/ - сайт ОАО «РЖД».
3. http://elibrary.ru/ - научно-электронная библиотека.
4. Поисковые системы: Yandex, Google, Mail.

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 лицензион-

ными программными продуктами и обязательно программным продуктом Microsoft Office не ниже Microsoft Office 2007 (2013).

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 се-тям INTERNET и INTRANET.
2. Специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой и интерактивной доской.
3. Компьютерный класс с кондиционером. Рабочие места студентов в компьютерном классе, подключённые к сетям INTERNET и INTRANET
4. Для проведения практических занятий: компьютерный класс; кондиционер; компьютеры с минимальными требованиями – Pentium 4, ОЗУ 4 ГБ, HDD 100 ГБ, USB 2.0.

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

Структура времени семинарского занятия, предполагающего закрепление материала пройденной темы
Структура времени семинарского занятия, предполагающего выработку практических навы-ков решения задач в рамках курса «Основы маркетинга».

Формы работы студентов на практических занятиях.
Закрепление материала пройденной темы проводится в форме блиц-опроса студентов по контрольным вопросам к теме, предусмотренным рабочей программой курса. При проведении опроса преподавателю необходимо опросить не менее 60% контингента студентов. Опрос проводится в устной форме. Форма блиц-опроса предполагает краткий, но исчерпывающий ответ студента на контрольный вопрос по теме. Преследуется цель закрепления знаний основных понятий и категорий, понимания основных причинно-следственных связей рассматриваемых явлений и процессов.
Критерии оценки знаний
Студент демонстрирует полное, исчерпывающее знание в границах учебной программы (5 баллов). Студент показывает полное знание, упуская сложные зависимости или факты. При наводящем вопросе излагает пропущенное (4 балла). Неполное знание основного и сущест-венного, затруднения при дополнительных или наводящих вопросах, «размытые знания» (3 балла).
Решение практических задач
Условия задачи излагаются преподавателем и записываются на доске. Студенты должны оперируя материалами лекций и литературными источниками определить алгоритм решения задачи и предложить способ решения. Обсуждение способа решения ведется под контролем преподавателя. Основная задача – определить экономический смысл совершае-мых алгебраических (графических) манипуляций при решении задачи. Преподаватель в про-цессе выработки алгоритма решения задачи указывает на очевидные ошибки и неточности в рассуждениях, направляя студентов на принятие к исполнению верного алгоритма решения. После обсуждения версия решения представляется преподавателем на доске. После решения «тестовой» задачи студентам предлагается решить аналогичные, но усложненные задачи по курсу (согласно рабочей программы). Условия задачи фиксируются на доске.
Решения представляются студентами на доске (по желанию) и выполняются в учени-ческой тетради. Преподаватель осуществляет визуальный контроль активности студентов в аудитории.

Критерии оценки знаний
Выбран правильный алгоритм решения, получен правильный ответ и способ его получения представлен на доске или в тетради (5 баллов).
Выбран правильный алгоритм решения, но правильный ответ не получен по причине неправильной интерпретации алгоритма (3 балла).
Сообщение
Сообщение представляет собой самостоятельную работу студента по подготовке материала по актуальной теме. Результат работы представляется на семинаре в форме краткого доклада. Структура доклада должна содержать следующие логические части: постановку проблемы, краткое описание подходов к ее решению, сложившихся в научной литературе, собственную аргументированную позицию. После изложения материала (продолжитель-ность не более 7 минут) студенты и преподаватель должны задать уточняющие вопросы. Докладчик ответить на вопросы и дать необходимые пояснения. Сообщение представляется в устной форме и оформляется в свободной форме.
Критерии оценки знаний
Проблема четко сформулирована. Проведен анализ литературных источников, представлены систематизированные точки зрения, аргументировано обоснована собственная по-зиция (5 баллов).
Проблема сформулирована в общих чертах. Представлена одна или несколько точек зрения, существующих в литературе. Собственная позиция основана на одной из них и дополнительных аргументов не представлено. (4 балла).
Проблема не идентифицируется. Обзор литературных источников представляет собой пересказ единственной позиции учебной литературы. Собственная позиция не аргументирована (3 балла).
Обсуждение дискуссионных вопросов
Обсуждение дискуссионных вопросов предполагает проведение на семинаре работу не менее 50% контингента студентов. Преподавателем ставиться вопрос по обсуждаемой теме и выслушиваются мнения студентов. Вступающий студент должен показать знание лекционного материала и знание дополнительной литературы, рекомендуемой к изучению по данной теме. После выступления студента по заданному вопросу другие студенты дополняют ответ, расширяя границы обсуждаемой темы.
Критерии оценки знаний
Способность логически рассуждать без помощи преподавателя (5 баллов).
В рассуждениях присутствуют ошибки в логических связях, затруднения в способе обоснования, но в целом логически осмысленный ответ (3 балла).
Студент неспособен логически построить ответ (0 баллов).
Промежуточный контроль знаний
В процессе изучения курса студенты пишут две семестровые контрольные работы, состоящие из теоретических вопросов и практических задач. Максимальная оценка каждой работы - 5 баллов. Контрольная работа проводится традиционно или в форме тестирования. При наличии возможности следует проводить компьютерное тестирование студентов.
Практикуемые формы самостоятельной работы студентов
Тематическая подборка статей периодической печати
Форма индивидуальной самостоятельной работы студентов, которая предполагает формирование подборки статей периодической печати в рамках предложенных преподавателем тематических направлений. Задача студента подготовить аннотированные ссылки на статьи в печатных и электронных СМИ, раскрывающих различные аспекты тематического направления.
Критерии оценки знаний
Работа зачитывается преподавателем если студент осветил не менее трех тематиче-ских направлений и представил не менее 5 аннотированных ссылок в рамках каждого на-

правления. (5 баллов).
Реферат
Форма индивидуальной самостоятельной работы студентов, которая предполагает подготовку письменной работы по заранее определенной теме (рабочая программа курса). Назначение темы проводится преподавателем и даются необходимые пояснения студенту. Реферат выполняется в печатной форме и должен содержать титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение и список используемой литературы. Оценка выпол-ненной работы проводится преподавателем.
Критерии оценки знаний
Представлен необходимый объем понятий, осмысленное и уместное употребление терминов. Графический материал дополнительно иллюстрирует основные положения разрабатываемой темы. Представлена обоснованная точка зрения автора. Выдержана структура и стандарты оформления (5 баллов).
Представлен неполный объем понятий, категориальный аппарат раскрыт не полно-стью, затруднено понимание точки зрения автора, графический материал просто дублирует текстовое изложение. Выдержана структура и стандарты оформления (4 балла).
Представлен неполный объем понятий, категориальный аппарат раскрыт не полно-стью, отсутствует точка зрения автора, графический материал употребляется не к месту и не подкреплен анализом и пояснениями в тексте. Выдержана структура и стандарты оформле-ния (3 балла).
Поставленная тема не раскрыта. Представлен неполный объем понятий, категориаль-ный аппарат раскрыт не полностью, отсутствует точка зрения автора, графический материал употребляется не к месту и не подкреплен анализом и пояснениями в тексте. Не выдержана структура и стандарты оформления (0 баллов).