

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

25 мая 2018 г.



Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Авторы Лавров Илья Михайлович, к.э.н., доцент  
Соколов Юрий Игоревич, д.э.н., профессор

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Транспортный маркетинг**

Направление подготовки:	38.03.01 – Экономика
Профиль:	Экономика логистических систем и интермодальных перевозок
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2018

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 7 20 мая 2019 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 25 15 мая 2018 г. Заведующий кафедрой  Н.П. Терешина
--	--

Москва 2018 г.

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

Целями освоения учебной дисциплины «Транспортный маркетинг» в соответствии с требованиями ФГОС ВО являются формирование у обучающегося следующего состава компетенций: ОПК-2, ПК-7.

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 "Транспортный маркетинг" 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. Информационные технологии в экономике:**

Знания: Классификация информационных технологий, применяемых в экономической сфере деятельности

Умения: Применять средства и методы информационных технологий при планировании и прогнозировании технико-экономических показателей деятельности предприятия

Навыки: Работы с графической, текстовой информацией, хранением, поиском и сортировкой данных предприятия

#### **2.1.2. Экономика железнодорожного транспорта:**

Знания: основные экономические показатели работы предприятий железнодорожного транспорта

Умения: использовать основные методики вычисления технико-экономических показателей

Навыки: анализа полученных результатов и способности строить на их основе выводы

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

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Управление инновациями в системе интермодальных перевозок

2.2.2. Экономика и логистика внешнеторговых перевозок в смешанном сообщении

### 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-7 способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	<p>Знать и понимать: основы работы и особенности обработки транспортной информации из отечественных и зарубежных источников</p> <p>Уметь: собрать необходимые данные проанализировать их в зависимости от поставленных задач</p> <p>Владеть: навыками подготовки информационных обзоров и/или аналитических отчетов по маркетинговой деятельности на транспорте</p>
2	ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	<p>Знать и понимать: методы маркетинговых исследований и анализа транспортного рынка и собственных возможностей организации</p> <p>Уметь: осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для разработки программы маркетинга на транспортном рынке</p> <p>Владеть: методами анализа маркетинговой информации и полноценно их использовать, а также разрабатывать рекомендации на основе анализа маркетинговой деятельности транспортного предприятия</p>

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

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

2 зачетные единицы (72 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 7
Контактная работа	36	36,15
Аудиторные занятия (всего):	36	36
В том числе:		
лекции (Л)	18	18
практические (ПЗ) и семинарские (С)	18	18
Самостоятельная работа (всего)	36	36
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	72	72
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	2.0	2.0
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	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	7	Раздел 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга	1		1		6	8	
2	7	Раздел 2 Основные положения концепции маркетинга на транспорте	1		1/1		3	5/1	
3	7	Раздел 3 Управление маркетингом на транспорте	2		2/1		3	7/1	
4	7	Раздел 4 Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги	2		2/1		3	7/1	ПК1, Тестирование и опрос
5	7	Раздел 5 Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга	2		2/1		3	7/1	
6	7	Раздел 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	2		2/1		3	7/1	ПК2, Тестирование и опрос
7	7	Раздел 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	2		2/1		3	7/1	
8	7	Раздел 8 Коммуникационная политика на транспорте	2		2/1		4	8/1	
9	7	Раздел 9 Маркетинг подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности	2		2/1		4	8/1	
10	7	Раздел 10 Определение коммерческой эффективности меро-	2		2/1		4	8/1	

№ 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
		приятий маркетинга на транспортных предприятиях							
11	7	Раздел 11 Зачет с оценкой						0	ЗаО
12		Всего:	18		18/9		36	72/9	

#### 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	7	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	7	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 / 1
3	7	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 / 1
4	7	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	2 / 1
5	7	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 / 1
6	7	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	2 / 1



№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
7	7	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 / 1
8	7	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 / 1
9	7	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 / 1
10	7	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 / 1
ВСЕГО:				18 / 9

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

«Разработка программы маркетинга транспортной компании»

Задания на курсовую работу формируются на основе таблиц 1-5.

Студенту выдается вариант задания для выполнения курсовой работы. Каждый представленный студенту вариант включает в себя 7 чисел. Например, 3.5.10.6.8.3.1; 1.2.12.2.4.7.2; 1.2.7.5.7.2.4; 1.2.13.3.5.8.3; 1.2.7.5.7.2.4; 1.2.3.1.3.6.7; 4.8.6.7.1.4.2; 5.1.11.6.8.3.3; 8.7.4.5.7.2.3; 12.20.1.8.2.5.6 и др.

Три первые числа относятся к таблице 1 (род груза, его класс, объем производства и объем погрузки) и определяют три груза (по строке), с которыми студент будет работать.

На протяжении выполнения всей курсовой работы каждый студент анализирует маркетинговую деятельность предприятия на примере трех установленных грузов. Данные груза, взятые из таблицы 1, будут фигурировать практически во всех разделах данной курсовой работы.

Четвертое число варианта необходима для выбора соответствующей ей колонки в таблице 2. Данное приложение, включающее исходные данные для расчета провозной платы за перевозку, требуется для выполнения раздела 4 курсовой работы.

Пятое число варианта требуется для выполнения раздела 5 курсовой работы и служит критерием выбора колонки в таблице 3, характеризующем сведения о выполнении качества транспортного обслуживания.

Шестое число варианта относится к таблице 4. По ней выбирается нужная колонка значений удельных весов для показателей качества, необходимых для выполнения расчетного задания в разделе 5.

Седьмое число варианта необходимо для выполнения раздела 6 и берет свои данные по соответствующей колонке из таблицы 5 (данные для расчета эффективности рекламных мероприятий).

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекционных и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельности являются классическо-лекционными (объяснительно-иллюстративными).

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Практический курс выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач), с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций, электронный практикум (компьютерное моделирование и практический анализ результатов); технологий, основанных на коллективных способах обучения, а также с использованием компьютерной тестирующей системы.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, выполнение заданий курсовой работы. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся 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 объем учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение практических и ситуационных задач, выполнение заданий курсовой работы) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые 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	7	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	6
2	7	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	7	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	7	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	7	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	7	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	7	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	3
8	7	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	4
9	7	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	4
10	7	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	4

			индивидуального или группового домашнего задания		
				ВСЕГО:	36

## 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 для бакалавров	Данченко Л.А. - Отв. ред.	М.: Юрайт, 2015  <a href="https://biblio-online.ru/book/C8DD7D45-429E-48D2-9377-5F0629943DC6">https://biblio-online.ru/book/C8DD7D45-429E-48D2-9377-5F0629943DC6</a> , 2015	Все разделы
2	Маркетинг: учебное пособие	О.Г. Евдокимов	М. : Издательство Юрайт, 2015  <a href="http://library.miiit.ru">http://library.miiit.ru</a> , 2015	Все разделы

### 7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Маркетинг: 3-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата	Синяева И.М., Жильцова О.Н.	М.: Юрайт, 2017  <a href="https://biblio-online.ru/book/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE">https://biblio-online.ru/book/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE</a> , 2017	Все разделы
4	Маркетинг для профессионалов: практический КУРС. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	Голубков Е.П.	М.: Юрайт, 2017  <a href="https://biblio-online.ru/book/24466952-9C57-42C3-AF22-CD17220D1954">https://biblio-online.ru/book/24466952-9C57-42C3-AF22-CD17220D1954</a> , 2017	Все разделы

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

1. [http://miiit-ief.ru/student/methodical\\_literature/](http://miiit-ief.ru/student/methodical_literature/) (Электронная библиотека ИЭФ)
2. <http://library.miiit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))
3. <https://www.biblio-online.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))
4. <http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))
5. <https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине требуется наличие следующего ПО: OS Windows, Microsoft Office.

В образовательном процессе применяются следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

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

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой. Для проведения практических занятий требуется компьютерная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием и ПК. ПК должны быть обеспечены необходимыми для обучения лицензионными программными продуктами, позволять осуществлять поиск информации в сети Интернет, экспорт информации на цифровые носители.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

## **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 являются 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.