

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ»

«Утверждаю»
Декан факультета русской филологии,
журналистики и медиа технологий
Рахимов А.А.
«27» 01 2026 г.



Рабочая программа учебной дисциплины

«Маркетинг»

Направление подготовки - 42.03.01 «Реклама и связи с
общественностью»

Профиль подготовки - «Рекламная деятельность»

Форма подготовки - очная

Уровень подготовки – бакалавриат

Год начала подготовки – 2026

2 курс

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 970 от 12.08.2020 г.

При разработке рабочей программы учитываются:

- требования работодателей, профессиональных стандартов по направлению;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры отечественной и международной журналистики, протокол № 6 от 23.01. 2026 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Ф.И.О. преподавателя	Аудиторные занятия		Приём СРС	Место работы преподавателя
	лекция	Практические занятия		
			Ежедневно	РТСУ, кафедра менеджмента и маркетинга,32 9 каб.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинг» должна содержать: теоретический базис основных принципов планирования и организации производства и сбыта товаров (услуг) в условиях свободного рынка, а также методов и инструментов, применяемых для эффективного доведения продукции до потребителя в жёсткой конкурентной борьбе.

1.1. Цели изучения дисциплины

Основной целью преподавания курса «Маркетинг» является освоение студентами основных принципов планирования и организации производства и сбыта товаров (услуг) в условиях свободного рынка, а также методов и инструментов, применяемых для эффективного доведения продукции до потребителя в жёсткой конкурентной борьбе.

1.2. Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины формулируются в соответствии с требованиями ФГОС, предъявляемые к компетенциям обучающегося.

В результате изучения курса «Маркетинг» предполагается изложить основные понятия маркетинга - «спрос и предложение», «рынки сбыта», «цены и их образование», «качество продукции», «конъюнктура и конкурентоспособность».

1.3. В результате освоения дисциплины «Маркетинг» формируются следующие общепрофессиональные, профессиональные компетенции обучающегося:

Таблица 1

Код	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций (в соответствии с ФГОС)	Перечень планируемых результатов обучения	Вид оценочного средства
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом</p> <p>ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат</p>	<p>Эссе, доклад, реферат Опрос, собеседование Кейс-study Разноуровневые задания Компьютерный тест Ситуационные задачи Круглый стол (дискуссия)</p>
ПК-2.	Способен анализировать рынок, аудиторию и коммуникационную среду для обоснования маркетинговых и рекламных решений.	<p>ИПК-2.1. Проводит анализ рынка, аудитории и конкурентной среды.</p> <p>ИПК-2.2. Использует методы маркетинговых и социологических исследований.</p> <p>ИПК-2.3. Обосновывает выбор маркетинговых и коммуникационных стратегий.</p>	<p>Эссе, доклад, реферат Опрос, собеседование Кейс-study Разноуровневые задания Компьютерный тест Ситуационные задачи Круглый стол (дискуссия)</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Предмет «Маркетинг» относится к базовым дисциплинам (Б1.О.25) ОПОП Направление

подготовки - 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль подготовки - «Рекламная деятельность» и проводится в 4-м семестре обучения. Дисциплина направлена на формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга. Логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП. При освоении данной дисциплины необходимы умения и готовность («входные» знания) обучающегося по дисциплинам 1-4, указанных в Таблице 1.

Таблица 2

	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ОПОП
	Экономическая теория	1-	Б1. О.06
	Математика	1-	Б1. О.05
	Коммерческая деятельность	2	Б1. В.03
	Теория организации	1	Б1. О.16

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Название дисциплины» включает в себя:

- 1.** план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- 2.** характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, всего 108 часа, из которых: лекции 12 часа, практические занятия 12 часов, КСР 12 часов, всего часов аудиторной нагрузки 36 часа, самостоятельная работа 33 часа, контроль 27 .

3.1 Структура и содержание теоретической части курса

Тема 1. Рыночная конъюнктура товара и ценовая политика. / 2 ч.

Подробная характеристика понятий: «конъюнктура», «экономическая конъюнктура», «конъюнктура товара». КОФ

Тема 2. Особенности товарно-сбытовой деятельности. Продвижение товара к потребителю. / 2 ч.

Выбор товаров. Разумная товарная диверсификация. Правильное установление маршрута по пути производитель - потребитель. Установление оптимального способа передвижения товара по этому пути.

Тема 3. Стратегия маркетинга. /2 ч.

Основные действия построения стратегического маркетинга

Направления, по которым разрабатывается и осуществляется стратегия маркетинга: товарная политика, ценовая политика, политика сбыта, политика формирования спроса и стимулирования сбыта.

Тема 3. Стратегия маркетинга /2 ч.

Виды маркетинговых стратегий: стратегия маркетинга в отношении продукта, стратегия маркетинга в отношении рынка, стратегия маркетинга вертикальной интеграции, стратегия снятия сливок и т.д.

Тема 4. Некоторые «Лозунги» практического маркетинга. /2 ч.

Определение понятия «лозунг». Один из основополагающих лозунгов: «производить то, что покупается, а не постараться продать всё, что производится»

Тема 5. Организация маркетинговой службы, методика маркетинга, управление маркетингом. /2 ч.

Основы создания маркетинговой службы. Основополагающие принципы организации маркетинговой службы

3.2 Структура и содержание практической части курса

Структура и содержание практической части курса включает в себя тематику и содержание практических занятий, семинаров, лабораторных работ.

Практические занятия (час.)

Занятие 1. Понятие, сущность, принципы и функции маркетинга /2 ч.

Занятие 2. Сущность маркетинга, объекты и субъекты маркетинга /2ч.

Занятие 3. Рынки. Их типы и классификация/2ч.

Занятие 4. Понятия, характеризующие рынок. Принцип сегментации, применяемый при маркетинговом планировании. /2ч.

Занятие 5. Цена и ценообразование. /2ч.

Занятие 6. Промежуточный контроль/2ч.

Структура и содержание КСР

Занятие 1. Понятие, сущность, принципы и функции маркетинга /2 ч.

Занятие 2. Сущность маркетинга, объекты и субъекты маркетинга /2ч.

Занятие 3. Рынки. Их типы и классификация/2ч.

Занятие 4. Понятия, характеризующие рынок. Принцип сегментации, применяемый при маркетинговом планировании. /2ч.

Занятие 5. Цена и ценообразование. /2ч.

Занятие 6. Промежуточный контроль/2ч.

Для 2 курса

Формы контроля и критерии начисления баллов

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль. Студенты 1 курсов, обучающиеся по кредитно-рейтинговой системе обучения, могут получить максимально возможное количество баллов - 300. Из них на текущий и рубежный контроль выделяется 200 баллов или 49% от общего количества.

На итоговый контроль знаний студентов выделяется 51% или 100 баллов. Из них 16 баллов администрацией могут быть представлены студенту за особые заслуги (призовые места в Олимпиадах, конкурсах, спортивных

соревнованиях, выполнение специальных заданий, активное участие в общественной жизни университета).

Порядок выставления баллов: 1-й рейтинг (1-9 неделя по 11,5 баллов = 8 баллов административных, итого 100 баллов), 2 -й рейтинг (10-18 неделя по 11,5 баллов = 8 баллов административных, итого 100 баллов), итоговый контроль 100 баллов.

К примеру, за текущий и 1-й рубежный контроль выставляется 100 баллов: лекционные занятия - 20 баллов, за практические занятия (КСР, лабораторные) - 32 балла, за СРС - 20 баллов, требования ВУЗа - 20 баллов, административные баллы - 8 баллов.

В случае пропуска студентом занятий по уважительной причине (при наличии подтверждающего документа) в период академической недели, деканат факультета обращается к проректору по учебной работе с представлением об отработке студентом баллов за пропущенные дни по каждой отдельной дисциплине с последующим внесением их в электронный журнал.

Итоговая форма контроля по дисциплине (зачет, зачет с оценкой, экзамен) проводится как в форме тестирования, так и в традиционной (устной) форме. Тестовая форма итогового контроля по дисциплине предусматривает: для естественнонаучных направлений - 10 тестовых вопросов на одного студента, где правильный ответ оценивается в 10 баллов, для гуманитарных направлений/специальности - 25 тестовых вопросов, где правильный ответ оценивается в 4 балла. Тестирование проводится в электронном виде, устный экзамен на бумажном носителе с выставлением оценки в ведомости по аналогичной системе с тестированием.

Формы контроля и критерии начисления баллов

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль. Студенты 2-го курса, обучающиеся по кредитно-рейтинговой системе обучения, могут получить максимально возможное количество баллов - 300. Из них на текущий и рубежный контроль выделяется 200 баллов или 49% от общего количества.

На итоговый контроль знаний студентов выделяется 51% или 100 баллов.

Порядок выставления баллов: 1-й рейтинг (1-7 недели до 12,5 баллов+12,5 баллов (8 неделя – Рубежный контроль №1) = 100 баллов), 2-й рейтинг (9-15 недели до 12,5 баллов+12,5 баллов (16 неделя – Рубежный контроль №2) = 100 баллов), итоговый контроль 100 баллов.

К примеру, за текущий и 1-й рубежный контроль выставляется 100 баллов: лекционные занятия – 21 балл, за практические занятия (КСР, лабораторные) – 31,5 балл, за СРС – 17,5 баллов, требования ВУЗа – 17,5 баллов, рубежный контроль – 12,5 баллов.

В случае пропуска студентом занятий по уважительной причине (при наличии подтверждающего документа) в период академической недели деканат факультета обращается к проректору по учебной работе с представлением об отработке студентом баллов за пропущенные дни по каждой отдельной дисциплине с последующим внесением их в электронный журнал.

Итоговая форма контроля по дисциплине (зачет, экзамен) проводится как в форме тестирования, так и в традиционной (устной) форме. Тестовая форма итогового контроля по дисциплине предусматривает: для естественнонаучных направлений – 10 тестовых вопросов на одного студента, где правильный ответ оценивается в 10 баллов, для гуманитарных направлений – 25 тестовых вопросов, где правильный ответ оценивается в 4 балла. Тестирование проводится в электронном виде, устный экзамен на бумажном носителе с выставлением оценки в ведомости по аналогичной системе с тестированием.

$$ИБ = \left[\frac{(P_1 + P_2)}{2} \right] \cdot 0,49 + Эи \cdot 0,51$$

, где ИБ – итоговый балл, P_1 - итоги первого рейтинга, P_2 - итоги второго рейтинга, Эи – результаты итоговой формы контроля (зачет с оценкой).

Таблица 4.

Неделя	Активное участие на лекционных занятиях, написание конспекта и выполнение других видов работ*	Активное участие на практических (семинарских) занятиях, КСР	СРС Написание реферата, доклада, эссе Выполнение других видов работ	Выполнение положения высшей школы (установленная форма одежды, наличие рабочей папки, а также других пунктов устава высшей школы)	РК №1	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5

2	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
3	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
4	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
5	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
6	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
7	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
8	-	-	-	-	12,5	12,5
Первый рейтинг	21	31,5	17,5	17,5	12,5	100
1	2	3	4	5	6	7
1	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
2	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
3	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
4	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
5	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
6	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
7	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
8	-	-	-	-	12,5	12,5
Второй рейтинг	21	31,5	17,5	17,5	12,5	100
Итого						200

Формула вычисления результатов дистанционного контроля и итоговой формы контроля по дисциплине за семестр для студентов 3-го курсов:

$$ИБ = \left[\frac{(P_1 + P_2)}{2} \right] \cdot 0,49 + Эи \cdot 0,51$$

где ИБ – итоговый балл, P_1 - итоги первого рейтинга, P_2 - итоги второго рейтинга, Эи– результаты итоговой формы контроля (экзамен).

4.1.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

	Объём	Тема СРС	Форма и вид результатов самостоятельной работы	Форма контроля
	4	Организация маркетинговых исследований.	Реферат	Опрос
	4	Разработка маркетинговых требований к поставщикам.	ЭССЕ	Опрос, выступление
	4	Анализ конкурентной среды	Реферат	Опрос, выступление
	4	Исследование конъюнктуры товарного рынка.	Доклад	Защита работы
	4	Выявление критериев и выбор метода сегментирования рынка	Письменная работа	Опрос, выступление
	4	Оценка качества и конкурентоспособности	Доклад	Опрос, Выступление
	4	Решение задач по практическому маркетингу.	Реферат	Опрос, Выступление
	4	Разработка товарного	ЭССЕ	Опрос, Выступление
	4	Анализ издержек товародвижения.	Реферат	Опрос, Выступление
	4	Планирование и организаций рекламной	Письменная работа	Опрос, выступление
	2	Разработка рекламного	Письменная работа	Опрос, выступление
	4	Организация прямой продажи	ЭССЕ	Опрос, Выступление

	Объём	Тема СРС	Форма и вид результатов самостоятельно работы	Форма контроля
	2	Обоснование целесообразности выхода организации на международный	Доклад	Опрос, Выступление
	2	Оценка потребности в товаре.	Реферат	Опрос, выступ
	2	Формирование международных маркетинговых стратегий.	Доклад	Опрос, Выступление
	2	Разработка организационной структуры службы маркетинга.	Письменная работа	Опрос, выступление

4.2. Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению.

Для выполнения задания, прежде всего, необходимо ознакомиться и изучить основные положения теоретических материалов соответствующей темы из литературных источников. Они указаны в разделе 3 «Содержание и структура дисциплины». Большинство заданий выполняются в виде эссе, анализа кейсов, контрольных тестов, а также презентации результатов самостоятельно выполненного семестрового задания по выбранной теме. *Текущая СРС*

Текущая самостоятельная работа включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданному проекту;
- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим работам;
- подготовка к промежуточному контролю, зачету.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа ориентирована на развитие интеллектуальных умений, комплекса общекультурных и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала студентов. Включает следующие виды работ по основным проблемам курса:

- поиск, анализ, структурирование и презентация проектной информации;
- выполнение расчетно-графических работ по проекту;
- исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;

анализ научных публикаций по заранее определенному преподавателем проекту.

4.3. Критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

В основу разработки бально-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется постоянно в процессе его обучения в университете. Настоящая система оценки успеваемости студентов основана на использовании совокупности контрольных точек, равномерно расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. При этом предполагается разделение всего курса на ряд более или менее самостоятельных, логически завершенных блоков и модулей и проведение по ним промежуточного контроля.

Студентам выставляются следующие баллы за выполнение задания к ПК:

- **оценка «отлично» (10 баллов):** эссе, анализ кейсов, контрольные тесты, а также презентации результатов самостоятельно выполненного семестрового задания выполнены полностью и отчет оформлен в соответствии с предъявляемыми требованиями;

- **оценка «хорошо» (8-9 баллов):** задание выполнено, и в целом, отвечает предъявляемым требованиям, имеются отдельные замечания в его оформлении;

- **оценка «удовлетворительно» (6-7 баллов):** проект разработан не до конца, отсутствуют ответы на все пункты кейса, имеются отклонения в объеме и содержании эссе;

- **оценка «неудовлетворительно» (5 и ниже):** отсутствует разработка проекта и/или описание алгоритма решения задачи, задание переписано (скачано) из других источников, не проявлена самостоятельность при его выполнении.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса по результатам выполнения самостоятельной работы и контрольной работы.

Основными формами текущего контроля знаний являются:

- обсуждение вынесенных в планах практических занятий лекционного материала и контрольных вопросов;

- решение тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;

- выполнение контрольной работы и обсуждение результатов;

- участие в дискуссии в качестве участника и модератора групповой дискуссии по темам дисциплины;

- написание и презентация доклада;

- написание эссе.

Для контроля усвоения данной дисциплины учебным планом предусмотрен зачет.

Общее количество баллов по дисциплине - 100 баллов. Распределение баллов на текущий и промежуточный контроль освоения

дисциплины, а также итоговой оценки представлено ниже.

4. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОМЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 5.1. Основная литература

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] : курс лекций: пер. с англ. / Ф. Котлер ; - М. : Вильямс, 2010. - 656 с.
2. Кошлаков, Г. В. Основные компоненты маркетинга в организации [Текст]: учебник для студентов спец. "Менеджмент организации" / Г. В. Кошлаков; отв. ред. Н. Н. Кабилова; Рос. - Тадж. (славян.) ун-т. - Душанбе: [б. и.], 2016. - 236 с.
3. Маркетинг инноваций 2-е изд. исправл. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата./ Под ред. Короткова Т.Л.- М.: Издательство Юрайт, 2019 г. 257 с.
4. [Маркетинг 5-е изд., пер. и доп. учебник для прикладного бакалавриата/](#) под ред. Григорьев М. Н.- М.: Издательство Юрайт, 560 с. 2019 г.

5.2. Дополнительная литература

5. Бердышев С.Н. Информационный маркетинг (2-е издание) [Электронный ресурс] : практическое пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 216 с. — 978-5394-01547-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57144.html>
6. Кметь Е.Б. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебник / Е.Б. Кметь, А.Г. Ким. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 284 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43373.html>
7. Кошлаков Г.В. Сборник тестов, ситуационных заданий и задач по практическому маркетингу, РТСУ, 2005 г.
8. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 300 с. — 978-5-394-01285-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57160.html>
9. Маркетинг в профессиональной сфере [Электронный ресурс] : сборник практических заданий и кейсов / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2017. — 40 с. — 978-5-90691295-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74730.html>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание методических указаний может включать:

рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины;

рекомендации по работе с литературой;

разъяснения по работе с электронным учебным курсом, по выполнению домашних заданий и т.д.

Если по дисциплине изданы методические указания (рекомендации), здесь необходимо поместить их перечень со всеми выходными данными, а сами пособия либо приложить к РПД в печатном (изданном) виде, либо поместить в электронном виде в приложении к РПД (Приложение 3). Если изданных методических указаний по дисциплине нет, в приложение выносить ничего не нужно, все методические указания помещаются в данном разделе РПД.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ

ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль студентов осуществляется путем написания эссе, анализа кейсов, контрольных тестов, выполнения самостоятельного задания, обсуждения теоретических вопросов.

Промежуточная аттестация осуществляется путем опроса и проверки письменных работ.

Итоговый контроль проводится в форме опроса с использованием интервью, тестов, рассмотрения результатов письменных работ, ситуационных заданий.

Контролирующие материалы по дисциплине содержат:

Контрольные вопросы и задания для текущего контроля знаний по дисциплине (Приложение 1);

Тестовые задания для промежуточного контроля знаний по дисциплине (Приложение 2);

Контрольные вопросы для проведения итоговой аттестации (Приложение

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины на факультете Информационных технологий РТСУ имеются 5 компьютерных классов, 2 из которых обеспечены электронными досками. При этом будут задействованы следующие технические средства обучения и оборудование:

1. Мультимедиа проектор.

2. Экран настенный.
3. Интерактивная доска.
4. Акустическая система.
5. Персональный компьютер и ноутбук.
6. Программные средства.
7. Интернет-ресурсы.
8. Лицензионное программное обеспечение: Ms Office 2010, Adobe Reader
9. ESET Nod 32 Antivirus.

В начале изучения дисциплины студентам предоставляется список основной литературы по предмету. Дополнительная литература демонстрируется по мере необходимости.

На лекциях студенту кратко излагается основной теоретический материал. На практических занятиях студент получает задание с указанием последовательности его выполнения. Студент получает рабочую программу. Степень усвоения теоретического материала и практических упражнений проверяется промежуточным контролем и зачетом. Самостоятельная работа студента проводится в виде подготовки конспектов по разделам курса и презентации проекта.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО- МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Промежуточная аттестация осуществляется: для зачета – контрольная работа и опрос. Экзамен проводится в форме тестирования. Защита курсового проекта: представляется пояснительная записка и презентация выступления.

Текущий контроль студентов осуществляется путем защиты лабораторных работ, выполнения самостоятельного задания, обсуждения теоретических вопросов.

Контролирующие материалы по дисциплине содержат:

Контрольные вопросы и задания для текущего контроля знаний по дисциплине.

Тестовые задания для промежуточного контроля знаний по

дисциплине;

Методические рекомендации и тематика курсового проектирования.

Также указаны критерии оценки курсового проекта.

Итоговая система оценок по кредитно-рейтинговой системе с использованием буквенных символов

Оценка по буквенной системе	Диапазон соответствующих наборных баллов	Численное выражение оценочного балла	Оценка по традиционной системе
A	10	95-100	Отлично
A-	9	90-94	
B+	8	85-89	Хорошо
B	7	80-84	
B-	6	75-79	
C+	5	70-74	Удовлетворительно
C	4	65-69	
C-	3	60-64	
D+	2	55-59	
D	1	50-54	
Fx	0	45-49	Неудовлетворительно
F	0	0-44	

Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы учебной дисциплины. ФОС по дисциплине прилагается.