

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 экономики и управления  
к.э.н., доцент Шарипов С.Ш.



« 22 » 2024 г.

**Рабочая программа учебной дисциплины**

«Интернет –маркетинг»

Направление подготовки - 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки – «Менеджмент организации»

Форма подготовки - очная

Уровень подготовки - бакалавриат

ДУШАНБЕ - 2024

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 954 от 12.08.2020 г.

При разработке рабочей программы учитываются:

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

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга протокол № 1 от «29» августа 2024 г.


Рабочая программа утверждена УМС факультета протокол № 1 от «30» августа 2024 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета протокол № 1 от 31 августа 2024 г.


Заведующая кафедрой к.э.н., доцент

  
Салиева Н.И.

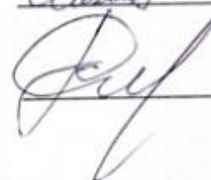
Зам. председателя УМС факультета  
к.э.н., доцент

  
Шодиева Т.Г.

Разработчик: к.э.н., преподаватель

  
Саhibов Е.Н.

Разработчик (ки) от организации:  
руководитель отдела HR ООО «55Group»

  
Шоев С.В.

Ф.И.О. преподавателя	Аудиторные занятия		Приём СРС	Место работы преподавателя
	лекция	Практические занятия (КСР, лаб.)		
Сахибов Е.Н				РТСУ, кафедра менеджмента и маркетинга, 326 каб.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг» предназначена для реализации первой ступени высшего образования. Предметом дисциплины является сфера интернет-маркетинга, включающая в себя различные формы, средства и способы реализации маркетинговых стратегий продвижения товаров и услуг в сети интернет. Учебная программа дисциплины «Интернет-маркетинг» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом и учебным планом по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль подготовки «Менеджмент организации».

### 1.1. Цели изучения дисциплины

Усиление конкуренции на внутренних и внешних рынках РТ, формирование рыночной системы хозяйствования в отраслях народнохозяйственного комплекса актуализируют проблему подготовки специалистов маркетинга, профессионально разбирающихся в особенностях своей отрасли и в проблемах эффективного бизнеса в ней.

Для будущих маркетологов это предполагает необходимость изучения современных маркетинговых инструментов, связанных с сетью Интернет.

**Цель** дисциплины - дать систематизированные знания в области интернет-маркетинга и сформировать умения и навыки использования основных маркетинговых инструментов в интернет, а также оценки их эффективности.

### 1.2. Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины:

- раскрыть основные понятия и категории в сфере интернет-маркетинга;
- ознакомить с основными инструментами и стратегиями реализации интернет-маркетинга;
- рассмотреть национальные и международные правовые документы в сфере регулирования интернет-маркетинга;
- изучить современные перспективные направления развития интернет- маркетинга в мировом сообществе;
- определить специфику использования различных средств интернет-маркетинга в Республике Таджикистан.

1.3. В результате освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» формируются следующие (общекультурные - ОК, общепрофессиональные - ОПК, профессиональные - ПК) компетенции обучающегося:

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы обучения, способствующие формированию и
ПК-8 Способен организовать электронную коммерцию	ПК-8	И.ПК(У)-8.1 - знает нормативную базу в области ведения и управления электронной коммерции; И.ПК(У)-8.2 знает основы SMM, таргетинга, digital-marketing, основы продвижения через web-платформы; И.ПК(У)-8.3 применяет основные инструменты продвижения продукта в сети - интернет; И.ПК(У)-8.4 владеет методами продвижения в SMM; И.ПК(У)-8.5 настраивает таргетированную рекламу в социальных сетях; И.ПК(У)-8.6 таргетирует рекламу на ЦА на платформах (Yandex, mail.ru group, google, somon.tj) И.ПК(У)-8.7 пишет тексты, копирайтинг.	Лекция Практика КСР Кейс-стадии Работа с научно-методической и учебной литературой Самостоятельная работа

1.4 В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- нормативную базу в области управления электронной коммерции в РТ;
- основы SMM;
- основы таргетинга;
- основы продвижения через web-платформы.

**Уметь:**

- применять нормативную документацию в области управления электронной коммерции;
- применять основные инструменты продвижения продуктов в сети - интернет.

### **Владеть:**

- продвижением в SMM;
- таргетингом в социальных сетях;
- настраиванием рекламы на основных платформах в сети-интернет;
- копирайтингом.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Предмет «Интернет-маркетинг» относится к обязательным дисциплинам (Б1.В.12) ОПОП направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль подготовки «Менеджмент организации» и проводится на 5-ом семестре очной формы обучения. Дисциплина «Интернет-маркетинг» имеет теоретическую и практическую направленность. В ходе изучения данной дисциплины предполагается не только теоретическое осмысление сущностных закономерностей развития форм, средств и способов Интернет-маркетинга, но и формирование у студентов практических навыков работы с различными инструментами Интернет-маркетинга.

Логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП, указанными в нижеследующей таблице:

Таблица 1.

№	Название дисциплины	Курс	Место дисциплины
1.	Информационные технологии профессиональной деятельности	3,4	Б 1.О.14
2.	Маркетинг	4,5	Б 1.О.23

При освоении данной дисциплины необходимы умения и готовность («входные» знания) обучающегося по дисциплинам 1-2, указанных в Таблице 1.

## **3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ**

«Интернет-маркетинг» составляет 2 зачетных единицы, всего 72 часа, из которых: лекции - 16 часов, практические занятия - 8 часов, КСР- 8 часов, всего часов аудиторной нагрузки - 32, самостоятельная работа - 40 часов. Зачет -5-й семестр очной формы обучения

### **3.1 Структура и содержание теоретической части курса**

#### **Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга**

Сущность и развития интернет-маркетинга. Электронный бизнес и электронная торговля. Сайт организации как инструмент-маркетинга /2 ч

#### **Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга**

Функциональное назначение и ресурсы Интернет/ 2 ч.

#### **Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга**

Портрет интернет аудитории/ 2 ч.

#### **Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга**

Требования к интернет-маркетологу/ 2 ч.

## Тема 2. Разработка интернет-стратегии

Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации / 2 ч.

## Тема 2. Лидогенерация. Разработка интернет-стратегии

Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге / 2 ч.

## Тема 2. Разработка интернет-стратегии

Методика повышения качество лидов/ 2 ч.

## Тема 2. Разработка интернет-стратегии

Методика повышения качество лидов/ 2 ч.

### 3.2. Структура и содержание практической части курса

#### Практические занятия (час.)

Занятие 1. Электронный бизнес и электронная торговля /2 ч.

Занятие 2. Сайт организации как инструмент-маркетинга /2ч.

Занятие 3. Функциональное назначение и ресурсы Интернет /2ч.

Занятие 4. Портрет интернет аудитории. /2ч.

#### Структура и содержание КСР

Занятие 1. Требования к интернет-маркетологу /2 ч.

Занятие 2. Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации /2ч.

Занятие 3. Методика повышения качество лидов /2ч.

Занятие 4. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. /2ч.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Литература	Кол-во баллов в неделю
		Лек	Пр	КСР	СРС		
<b>5 семестр</b>							
1	Тема 1. Обзор инструментов интернет- маркетинга	2		2	4	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
2	Тема 1. Обзор инструментов интернет- маркетинга Сущность и развития интернет- маркетинга. Электронный бизнес и электронная торговля.		2		4	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
3	Тема 1. Обзор инструментов интернет- маркетинга Сайт организации как инструмент- маркетинга	2			4	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
3	Тема 1. Обзор инструментов интернет- маркетинга Сайт организации как инструмент- маркетинга				4	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5

4	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга функциональное назначение и ресурсы Интернет		2		4	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
5	Тема 1. Обзор инструментов интернет- маркетинга Портрет интернет аудитории	2		2	4	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
6	Тема 1. Обзор инструментов интернет- маркетинга Требования к интернет- маркетологу		2		4	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
7	Тема 1. Обзор инструментов интернет- маркетинга Маркетинг в социальных сетях			2	4	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
8	Тема 2. Разработка интернет-стратегии	2			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
9	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации	2			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
10	Тема 2. Разработка интернет- стратегии Необходимы интернет-сервисы для создания сайта		2	2		Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
11	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге	2				Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
12	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Методика повышения качество лидов				2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
13	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Методика повышения качество лидов	2			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5

14	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Методика повышения качества лидов	2			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]	12,5
	<b>Итого по семестру</b>	16	8	8	32		
	<b>Всего по курсу</b>	16	8	8	32		

### **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 3 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 (1-8 неделя по 12,5 баллов итого 100 баллов), 2-й рейтинг (9-16 неделя по 12,5 баллов административных, итого 100 баллов), итоговый контроль 100 баллов.

К примеру, за текущий и 1-й рубежный контроль выставляется 100 баллов: лекционные занятия - 21 бал, за практические занятия (КСР, лабораторные) - 31,5 бал, за СРС - 17,5 баллов, требования ВУЗа - 12,5 бал, рубежный контроль - 17,5 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 экзамен проводится как в форме тестирования, так и в традиционной (устной) форме. Тестовая форма итогового контроля по дисциплине предусматривает: 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



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)	Всего
1	2	3	4	5	6
1	3,5	4	2,5	2,5	12,5
2	3,5	4	2,5	2,5	12,5
3	3,5	4	2,5	2,5	12,5
4	3,5	4	2,5	2,5	12,5
5	3,5	4	2,5	2,5	12,5
6	3,5	4	2,5	2,5	12,5
7	3,5	4	2,5	2,5	12,5
Первый рейтинг					8
1	3,5	4	2,5	2,5	12,5
2	3,5	4	2,5	2,5	12,5
3	3,5	4	2,5	2,5	12,5
4	3,5	4	2,5	2,5	12,5
5	3,5	4	2,5	2,5	12,5
6	3,5	4	2,5	2,5	12,5
7	3,5	4	2,5	2,5	12,5
Второй рейтинг					8
Итого	40	64	40	40	200

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

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

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### 4.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине (очная форма обучения)

№ п/п	Объем СРС, в час.	Тема СРС	Форма и вид результатов самостоятельной работы	Форма контроля
1	2	Е-mail маркетинг	Реферат	Опрос
2	4	Стратегия сегментации в Е-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок.	ЭССЕ	Опрос, выступление
3	2	Тенденции современного Е-mail маркетинга	Реферат	Опрос, выступление
4	2	Модели поведения посетителей сайтов	Доклад	Защита работы
5	4	Лидогенерация, как бизнес- процесс	Письменная работа	Опрос, выступление
6	2	Методы лидогенерации	Доклад	Опрос,
7	2	Лэндинг. Методы и факторы успеха	Реферат	Опрос, Выступление
8	2	Электронная коммерция бизнес-бизнес В2В	ЭССЕ	Опрос, Выступление
9	4	Электронная коммерция бизнес-клиент В2С	Доклад	Защита работы
10	2	Разработка SEO-friendly сайта	Доклад	Защита работы
11	2	Виды интернет-рекламы	Письменная работа	Опрос, выступление
12	2	Сервисы контекстной рекламы	ЭССЕ	Опрос, Выступление
13	2	SMM. Методы и стратегии	Письменная работа	Опрос, выступление
14	2	PR в интернет	Реферат	Опрос
15	2	СПАМ	ЭССЕ	Опрос,
16	4	Службы интернет и их характеристика	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 Требования к оформлению СРС критерии оценки выполнения самостоятельной работы.**

В основу разработки балльно-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.

## **5 СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1. Основная литература:**

1. Интернет-маркетинг. учебник для вузов/ О. Н. Жильцова [и др]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. -335 с.

2. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва. Издательство Юрайт, 2022. — 444 с. Дополнительная литература.

3. Информационные технологии в маркетинге . учебник и практикум для вузов/ С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва. Издательство Юрайт, 2022. — 367 с.

4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

5. . Википедия, свободная энциклопедия [Элек-тронный ресурс]. -  
Режим доступа: [http:// ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)
- 6.ЭБС urait.ru

## **6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для обеспечения систематической и регулярной работы по изучению дисциплины «Интернет-маркетинг» и успешного прохождения текущих и итоговых контрольных испытаний студенту рекомендуется придерживаться следующего порядка обучения:

1. Самостоятельно определить объем времени, необходимого для проработки каждой темы.
2. Регулярно изучать каждую тему дисциплины, используя различные формы индивидуальной работы.
3. Согласовывать с преподавателем виды работы по изучению дисциплины.
4. По завершении отдельных тем передавать выполненные работы (рефераты, доклады) преподавателю.

Обучение по дисциплине «Интернет-маркетинг» строится следующим образом. На лекциях преподаватель дает общую характеристику рассматриваемого вопроса, различные научные концепции или позиции, которые есть по данной теме. Во время лекции рекомендуется составлять конспект, фиксирующий основные положения лекции и ключевые определения по пройденной теме. Во время лекционного занятия необходимо фиксировать все спорные моменты и проблемы, на которых останавливается преподаватель. Потом именно эти аспекты станут предметом самого пристального внимания и изучения на практических занятиях.

При подготовке к практическому занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации. Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее рефератами, докладами и презентациями.

Самостоятельная работа должна соответствовать графику прохождения программы дисциплины. Самостоятельная работа по дисциплине «Интернет-маркетинг» включает:

- а) работу с литературой;
- б) подготовку устного выступления на практическом занятии;
- в) подготовку к занятию в интерактивной форме;

- г) подготовку реферата, доклада;
- д) подготовку презентаций к выступлениям;
- е) заполнение хронологической таблицы;
- ж) работу с тестовыми заданиями;
- з) подготовку к текущей и итоговой аттестации по дисциплине.

Для теоретического и практического усвоения дисциплины большое значение имеет самостоятельная работа студентов, которая может осуществляться студентами индивидуально и под руководством преподавателя.

Самостоятельная работа студентов предполагает самостоятельное изучение отдельных тем, дополнительную подготовку студентов к каждому практическому занятию.

Самостоятельная работа студентов является важной формой образовательного процесса. Она реализуется непосредственно в процессе аудиторных занятий, в контакте с преподавателем, а также в библиотеке, дома, при выполнении студентом учебных и творческих задач.

Цель самостоятельной работы студентов - научить студента осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию.

При изучении дисциплины организация самостоятельной работы студентов форм представлена следующим образом:

- 1) внеаудиторная самостоятельная работа;
- 2) аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, КСР и во время чтения лекций.

На практических занятиях и КСР различные виды самостоятельной работы позволяют сделать процесс обучения более интересным и поднять активность значительной части студентов в группе.

Для проведения занятий необходимо иметь большой банк заданий, причем эти задания могут быть дифференцированы по степени сложности.

На каждом этапе самостоятельной работы следует разъяснять цели работы, контролировать понимание этих целей студентами, постепенно формируя у них умение самостоятельной постановки задачи и выбора цели.

При чтении лекционного курса непосредственно в аудитории необходимо контролировать усвоение материала основной массой студентов путем проведения экспресс-опросов по конкретным темам.

На практических занятиях и КСР различные виды самостоятельной работы позволяют сделать процесс обучения более интересным и поднять активность значительной части студентов в группе.

На практических занятиях нужно не менее 1 часа из двух (50% времени) отводить на самостоятельное рассмотрение заданий.

По результатам самостоятельного рассмотрения задания следует

выставлять по каждому занятию оценку. Оценка предварительной подготовки студента к практическому занятию может быть сделана путем экспресс-тестирования в течение 5, максимум – 10 минут.

По материалам раздела целесообразно выдавать студенту домашнее задание и на последнем практическом занятии по разделу подвести итоги его изучения (например, провести контрольную работу в форме тестирования), обсудить оценки каждого студента, выдать дополнительные задания тем студентам, которые хотят повысить оценку.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических занятиях и КСР;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде экзамена (путем тестирования).

Тестирование помогает преподавателю выявить структуру знаний студентов и на этой основе переоценить методические подходы к обучению по дисциплине, индивидуализировать процесс обучения. Весьма эффективно использование тестов непосредственно в процессе обучения, при самостоятельной работе студентов. В этом случае студент сам проверяет свои знания.

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

Форма итоговой аттестации - экзамен (тестирование).

Формы промежуточной аттестации (1 и 2 рубежный контроль) проводятся путем тестирования.

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

<b>Оценка по буквенной системе</b>	<b>Диапазон соответствующих наборных баллов</b>	<b>Численное выражение оценочного балла</b>	<b>Оценка по традиционной системе</b>
<b>A</b>	10	95-100	Отлично
<b>A-</b>	9	90-94	
<b>B+</b>	8	85-89	
<b>B</b>	7	80-84	Хорошо
<b>B-</b>	6	75-79	

<b>C+</b>	5	70-74	
<b>C</b>	4	65-69	
<b>C-</b>	3	60-64	Удовлетворительно
<b>D+</b>	2	55-59	
<b>D</b>	1	50-54	
<b>Fx</b>	<b>0</b>	45-49	Неудовлетворительно

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется также, если обучающийся после начала экзамена отказался его сдавать

Содержание текущего контроля, 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.