Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: КУЗНЕЦОВ АЛЕКСАНДР ИГОРЕВИЧ
Должность: РЕКТОР
Дата подписания: 01.10.2026 11:10:27
Уникальный программный ключ:
0ec0d544ced914f6d2e031d381fc0ed0880d90a0

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
ФТД	**Маркетинг инновационных образовательных услуг**

Код направления подготовки	44.04.01
Направление подготовки	Педагогическое образование
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	Образовательный менеджмент
Уровень образования	магистр
Форма обучения	заочная

Разработчики:

Должность	Учёная степень, звание	Подпись	ФИО
Заведующий кафедрой	кандидат педагогических наук, доцент		Гнатышина Екатерина Викторовна

Рабочая программа рассмотрена и одобрена (обновлена) на заседании кафедры (структурного подразделения)

Кафедра	Заведующий кафедрой	Номер протокола	Дата протокола	Подпись
Кафедра педагогики и психологии	Гнатышина Екатерина Викторовна	10	20.06.2019	
		1а	17.09.2020	

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка 3
2. Трудоемкость дисциплины (модуля) и видов занятий по дисциплине (модулю) 5
3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий 6
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 9
5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 10
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 14
7. Перечень образовательных технологий 16
8. Описание материально-технической базы 17

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Дисциплина «Маркетинг инновационных образовательных услуг» относится к модулю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины/модули» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» (уровень образования магистр). Дисциплина является факультативной.

1.2 Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 час.

1.3 Изучение дисциплины «Маркетинг инновационных образовательных услуг» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении обучающимися следующих дисциплин: «Современные проблемы науки и образования», «Управление человеческими ресурсами», «Методология исследования в образовании», «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

1.4 Дисциплина «Маркетинг инновационных образовательных услуг» формирует знания, умения и компетенции, необходимые для освоения следующих дисциплин: «Инновационные процессы в образовании», «Методы исследования в менеджменте», «Стратегическое управление образованием», «Управление качеством образования на основе современных технологий», «Экономика образования».

1.5 Цель изучения дисциплины:

формирование у магистрантов твердых теоретических знаний и практических навыков в области управления маркетингом инноваций

1.6 Задачи дисциплины:

1) дать понятия маркетинга в условиях инноваций

2) сформировать практические навыки разработки маркетинговых мероприятий в условиях инноваций

3) сформировать практические умения организации маркетинговых коммуникаций в условиях инноваций

1.7 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

№ п/п	Код и наименование компетенции по ФГОС
	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПК-1 способен реализовывать образовательный процесс в системе общего, профессионального и дополнительного образования
	ПК-1.1 Знает психолого-педагогические основы организации образовательного процесса в системе общего и/или профессионального, дополнительного образования
	ПК-1.2 Умеет использовать современные образовательные технологии, обеспечивающие формирование у обучающихся образовательных результатов по преподаваемому предмету в системе общего и/или профессионального, дополнительного образования
	ПК-1.3 Владеет опытом реализации образовательной деятельности в системе общего и/или профессионального, дополнительного образования
2	УК-1 способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
	УК-1.1 Знает теоретические основы системного подхода; основные методы и приемы критического анализа и оценки проблемной ситуации
	УК-1.2 Умеет анализировать проблемную ситуацию на основе системного подхода; выбирать и описывать стратегию действий ее разрешения
	УК-1.3 Владеет методами и приемами решения проблемных ситуаций на основе системного подхода

№ п/п	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Образовательные результаты по дисциплине
1	ПК-1.1 Знает психолого-педагогические основы организации образовательного процесса в системе общего и/или профессионального, дополнительного образования	З.1 знает особенности инноваций в системе организации образовательного процесса в системе общего/профессионального и дополнительного образования.
2	ПК-1.2 Умеет использовать современные образовательные технологии, обеспечивающие формирование у обучающихся образовательных результатов по преподаваемому предмету в системе общего и/или профессионального, дополнительного образования	У.1 умеет использовать современные технологии управления инновациями в образовательном процессе и в процессе формирования образовательных результатов у обучающихся

3	ПК-1.3 Владеет опытом реализации образовательной деятельности в системе общего и/или профессионального, дополнительного образования	В.1 владеет опытом реализации инноваций в образовательной деятельности и в системе управления организацией
1	УК-1.1 Знает теоретические основы системного подхода; основные методы и приемы критического анализа и оценки проблемной ситуации	З.2 знает теорию системного подхода и примемы критического анализа
2	УК-1.2 Умеет анализировать проблемную ситуацию на основе системного подхода; выбирать и описывать стратегию действий ее разрешения	У.2 умеет анализировать проблемные ситуации, связанные с инновационными процессами в образовании
3	УК-1.3 Владеет методами и приемами решения проблемных ситуаций на основе системного подхода	В.2 владеет методами разрешения проблемных ситуаций в процессе управления инновациями

2. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДОВ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Наименование раздела дисциплины (темы)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Итого часов
	Л	ПЗ	СРС	
Итого по дисциплине	**4**	**4**	**60**	**68**
Первый период контроля				
Теоретические вопросы маркетинга инновационных образовательных услуг	***2***	***2***	***25***	***29***
Понятие и особенности развития маркетинга инновационных образовательных услуг	2		5	7
Характеристика маркетинговой образовательной среды			10	10
Инновационная образовательная услуга в маркетинговой деятельности		2	10	12
Комплекс маркетинга инновационных образовательных услуг	***2***	***2***	***35***	***39***
Сущность и составляющие комплекса маркетинга	2		10	12
Маркетинговая программа: понятие и принципы составления		2	5	7
Основные стратегии маркетинга инновационных образовательных услуг			10	10
Реклама и рекламная деятельность в области инноваций			10	10
Итого по видам учебной работы	4	4	60	68
Форма промежуточной аттестации				
Зачет по факультативу				4
Итого за Первый период контроля				**72**

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

3.1 Лекции

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	**Трудоемкость (кол-во часов)**
1. Теоретические вопросы маркетинга инновационных образовательных услуг	***2***
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-1: З.1 (ПК-1.1) УК-1: З.2 (УК-1.1), У.2 (УК-1.2)	
1.1. Понятие и особенности развития маркетинга инновационных образовательных услуг 1. Понятие, сущность и особенности развития маркетинга инновационных образовательных услуг. 2. Содержание, цели и принципы маркетинга инновационных образовательных услуг. 3. Концепции маркетинга инновационных образовательных услуг. Учебно-методическая литература: 1, 4, 6 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	2
2. Комплекс маркетинга инновационных образовательных услуг	***2***
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-1: У.1 (ПК-1.2), В.1 (ПК-1.3) УК-1: В.2 (УК-1.3)	
2.1. Сущность и составляющие комплекса маркетинга 1. Товарная политика организации. 2. Коммуникационная политика организации. 3. Сбытовая политика организации. 4. Ценовая политика организации. Учебно-методическая литература: 2, 6 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	2

3.2 Практические

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	**Трудоемкость (кол-во часов)**
1. Теоретические вопросы маркетинга инновационных образовательных услуг	***2***
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-1: З.1 (ПК-1.1) УК-1: З.2 (УК-1.1), У.2 (УК-1.2)	
1.1. Инновационная образовательная услуга в маркетинговой деятельности 1. Образовательная услуга в маркетинговой деятельности предприятия. 2. Классификация образовательных услуг. 3. Жизненный цикл инновационных образовательных услуг. Учебно-методическая литература: 1, 3, 6 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 4	2
2. Комплекс маркетинга инновационных образовательных услуг	***2***
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-1: У.1 (ПК-1.2), В.1 (ПК-1.3) УК-1: В.2 (УК-1.3)	
2.1. Маркетинговая программа: понятие и принципы составления 1. Внутрифирменное планирование и маркетинговая программа. 2. Принципы составления маркетинговой программы. 3. Содержание и структура маркетинговой программы. Учебно-методическая литература: 1, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 3, 4	2

3.3 СРС

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема для самостоятельного изучения	**Трудоемкость (кол-во часов)**
1. Теоретические вопросы маркетинга инновационных образовательных услуг	***25***
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-1: З.1 (ПК-1.1) УК-1: З.2 (УК-1.1), У.2 (УК-1.2)	
1.1. Понятие и особенности развития маркетинга инновационных образовательных услуг ***Задание для самостоятельного выполнения студентом:*** Подготовить презентацию с ответом на вопросы "Какие этапы прошел в своем развитии маркетинг инноваций?" в презентации необходимо отразить особенности каждого этапа. Учебно-методическая литература: 4	5
1.2. Характеристика маркетинговой образовательной среды ***Задание для самостоятельного выполнения студентом:*** Подготовьте сообщения по проблемным вопросам: 1. Почему в различных определениях маркетинга подчеркивается необходимость удовлетворения нужд потребителя, а не извлечение прибыли? Поясните ответ. 3. Что представляет собой инфраструктура маркетинга? 5. Кто составляет ближайшее окружение организации? 6. Среди каких контактных групп обычно функционирует организация? 7. Назовите основные факторы макросреды функционирования организации. 8. Назовите типы клиентурных рынков и их основные особенности. Учебно-методическая литература: 2, 4, 6	10
1.3. Инновационная образовательная услуга в маркетинговой деятельности ***Задание для самостоятельного выполнения студентом:*** Выполните контрольную работу по теме "Конкурентоспособность инноваций и ее оценка". Отразите аргументы преимуществ инновационной деятельности в области образования Учебно-методическая литература: 2, 6 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 3	10
2. Комплекс маркетинга инновационных образовательных услуг	***35***
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-1: У.1 (ПК-1.2), В.1 (ПК-1.3) УК-1: В.2 (УК-1.3)	
2.1. Сущность и составляющие комплекса маркетинга ***Задание для самостоятельного выполнения студентом:*** Выполните проект по теме«Комплекс маркетинга». Результаты должны быть представлены в виде отчетов о проведенном исследовании. Защита проводится с мультимедийной презентацией Учебно-методическая литература: 3, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 4	10
2.2. Маркетинговая программа: понятие и принципы составления ***Задание для самостоятельного выполнения студентом:*** Подготовьтесь к собеседованию по вопросам 1. Цели и задачи организации маркетинга на предприятии. 2. Маркетинг и организационная структура: основные этапы становления. 3. Типы структур организации маркетинга и их особенности. 4. Контроль маркетинга. Учебно-методическая литература: 1, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 3, 4	5

2.3.	Основные стратегии маркетинга инновационных образовательных услуг ***Задание для самостоятельного выполнения студентом:*** Подготовьте реферат по теме "Виды инновационных маркетинговых стратегий в образовании", отразите разновидности стратегий, используемых в образовательных организациях. Докажите правомерность использования, товарных, ценовых и потребительских стратегий. Учебно-методическая литература: 2, 3, 6	10
2.4.	Реклама и рекламная деятельность в области инноваций ***Задание для самостоятельного выполнения студентом:*** Подготовьте проект "Рекламная кампания в моей школе/колледже, университете". Учебно-методическая литература: 3, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 3	10

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Ссылка на источник в ЭБС
Основная литература		
1	Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 440 c.	http://www.iprbookshop.ru/85731.html.
2	Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2017.— 656 c.	http://www.iprbookshop.ru/85651.html.
3	Ким С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Ким С.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2019.— 258 c.	http://www.iprbookshop.ru/85640.html.
Дополнительная литература		
4	Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 300 c.	http://www.iprbookshop.ru/83143.html.
5	Егорова М.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Научная книга, 2019.— 159 c.	http://www.iprbookshop.ru/81021.html.
6	Резник Г.А. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Резник Г.А., Малышев А.А.— Электрон. текстовые данные.— Пенза: Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, ЭБС АСВ, 2013.— 112 c	http://www.iprbookshop.ru/75312.html.

4.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование базы данных	Ссылка на ресурс
1	База данных «Электронные журналы издательстваTaylor & Francis (более 1000 наименований)»	https://www.tandfonline.com/
2	Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru
3	Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals)	www.esomar.org
4	База данных «Обзор практики корпоративного управления» ЦБ РФ	http://cbr.ru/analytics/?PrtId=overview_practices

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

5.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Код компетенции по ФГОС							
Код образовательного результата дисциплины	Текущий контроль						Промежуточная аттестация
	Доклад/сообщение	Контрольная работа по разделу/теме	Мультимедийная презентация	Проект	Реферат	Таблица по теме	Зачет/Экзамен
ПК-1							
З.1 (ПК-1.1)	+	+					+
У.1 (ПК-1.2)				+		+	+
В.1 (ПК-1.3)				+			+
УК-1							
З.2 (УК-1.1)	+	+					+
У.2 (УК-1.2)		+	+				+
В.2 (УК-1.3)				+	+	+	+

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

5.2.1. Текущий контроль.

Типовые задания к разделу "Теоретические вопросы маркетинга инновационных образовательных услуг":

1. Доклад/сообщение

Темы докладов/сообщений

1. В чем особенность аналитической функции маркетинга инноваций?
2. Дайте понятие маркетингового исследования.
3. Охарактеризуйте стадии маркетингового исследования.
4. Назовите основные методы сбора и информации. Дайте оценку каждому из них.
5. Что такое маркетинговая информационная система? Охарактеризуйте ее.
6. Почему важна аналитическая функция маркетинга инноваций?
7. Назовите основные виды маркетинговых исследований товарных рынков.
8. Выявите и обоснуйте этапы разработки рыночной стратегии.
9. Выявите разницу в работе маркетолога на рынке инновационных услуг и рынке товаров промышленного назначения.

Количество баллов: 10

2. Контрольная работа по разделу/теме

Темы контрольных работ

1. Особенности проведения маркетинговых исследований в системе маркетинга инновационных образовательных услуг.
2. Маркетинг в образовательной организации .
3. Маркетинговая деятельность при формировании стратегии образования.
4. Маркетинговая деятельность при формировании политики позиционирования образовательных организаций.
5. Изучение покупателей в системе маркетинга иноваций.
6. Особенности покупательского поведения и методы влияния на него.
7. Особенности сегментации рынков потребительских товаров и выбор целевых сегментов.
8. Информационное обеспечение рыночного исследования инноваций.
9. Организация маркетинговых исследований и разработка плана маркетинга инноваций.
10. Ценовая политика организации и методика установления цены на товар.
11. Организация товародвижения в системе маркетинга.
12. Коммуникационная политика в системе маркетинга инноваций.
13. Рекламная политика и стратегия образовательной организации.
14. Организация рекламной компании и оценка ее эффективности.
15. Процесс продвижения инновации к потребителю.
16. Разработка фирменного стиля организации.
17. Маркетинговая служба на предприятии, ее структура, основные функции и задачи, перспективы развития.
18. Конкурентоспособность инновационной услуги и ее оценка.
19. Образовательный маркетинг: цель, задачи, функции, основные особенности.
20. Брендинг как особенность современного маркетинга инноваций.

Количество баллов: 10

3. Мультимедийная презентация

Мультимедийная презентация должна быть выполнена в редакторе PowerPoint четким ответом на поставленные вопросы.

Перечень вопросов

1. В чем заключается основополагающие принципы маркетинга инноваций?
2. Почему в различных определениях маркетинга подчеркивается необходимость удовлетворения нужд потребителя, а не извлечение прибыли? Поясните ответ.
3. Какие этапы прошел в своем развитии маркетинг инноваций? Назовите их особенности.
4. Что представляет собой инфраструктура маркетинга?
5. Кто составляет ближайшее окружение образовательной организации?
6. Среди каких контактных групп обычно функционирует образовательная организация?
7. Назовите основные факторы макросреды функционирования организации.
8. Назовите типы клиентурных рынков вобразовании и их основные особенности.

Количество баллов: 10

Типовые задания к разделу "Комплекс маркетинга инновационных образовательных услуг":

1. Проект

Темы самостоятельных проектов по теме "Комплекс маркетинга"

1. Инновационный продукт в образовании: система вывода на рынок и продвижения.
2. Позиционирование товаров и услуг.
3. Преимущества и недостатки различных каналов сбыта.
4. Рекламная компания: от плана до оценки эффективности.
5. PR - планирование.
6. Выбор стратегии сбыта продукции.
7. Модели ценообразования в маркетинге: преимущества и недостатки.

Количество баллов: 15

2. Реферат

Темы рефератов

1. Изучение потребительского поведения при покупке товаров-новинок.
2. Нейромаркетинг
3. Система и средства стимулирования сбыта в маркетинге инноваций
4. Стратегии инновационного ценообразования
5. Организация сбыта инновационной продукции.
6. Рыночная атрибутика инновационной продукции.
7.Жизненный цикл товара.
8.Фланкеринг
9.Формирование портфеля инновационных проектов

Количество баллов: 5

3. Таблица по теме

Подготовить таблицу по теме "Этапы составления маркетинговой программы", отразив разделы "этап составления", "характеристика", "результаты"

Количество баллов: 10

5.2.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации в ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ».

Первый период контроля

1. Зачет по факультативу

Вопросы к зачету:

1. Предпосылки становления и этапы развития маркетинга инноваций
2. Место и роль инновационного маркетинга в управлении организацией
3. Концепции маркетинга, эволюция и содержание
4. Сущность, цели и функции маркетинга инноваций
5. Стратегии маркетинга инновационной продукции, их сущность
6. Характеристика инструментов комплекса маркетинга инновационных образовательных услуг
7. Система маркетинговой информации организации
8. Организация и проведение маркетинговых исследований в области инноваций
9. Понятие рынка инновационных образовательных услуг
10. Подходы к позиционированию инновационной услуги
11. Основные маркетинговые решения в области продвижения инновационных образовательных услуг
12. Маркетинговая деятельность на различных этапах жизненного цикла инновационного продукта
13. Инновационная образовательная услуга: характеристики, классификации
14. Критерии восприятия качества услуги потребителем
15. Процесс разработки инновационного продукта
16. Виды маркетинговых стратегий
17. Маркетинговые коммуникации: средства и их характеристика
18. Процесс разработки рекламной кампании инновационной образовательной услуги
19. Методы формирования бюджета продвижения инновации
20. Паблик Рилейшнз: задачи, мероприятия
21. Стимулирование сбыта. Средства, ориентированные на конечных и промежуточных потребителей инновационной образовательной услуги
22. Специфика маркетинговой деятельности организации сферы услуг
23. Сущность и виды некоммерческого маркетинга инноваций
24. Комплекс маркетинга инноваций и его структура.
25. Факторы конкурентоспособности товара.

5.3. Примерные критерии оценивания ответа студентов на экзамене (зачете):

Отметка	Критерии оценивания
"Отлично"	- дается комплексная оценка предложенной ситуации - демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять - последовательное, правильное выполнение всех заданий - умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы

"Хорошо"	- дается комплексная оценка предложенной ситуации - демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять - последовательное, правильное выполнение всех заданий - возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя - умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Удовлетворительно" ("зачтено")	- затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации - неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя - выполнение заданий при подсказке преподавателя - затруднения в формулировке выводов
"Неудовлетворительно" ("не зачтено")	- неправильная оценка предложенной ситуации - отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Лекции

Лекция - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой устное, монологическое, систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала с демонстрацией слайдов и фильмов. Работа обучающихся на лекции включает в себя: составление или слежение за планом чтения лекции, написание конспекта лекции, дополнение конспекта рекомендованной литературой.

Требования к конспекту лекций: краткость, схематичность, последовательная фиксация основных положений, выводов, формулировок, обобщений. В конспекте нужно помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Последующая работа над материалом лекции предусматривает проверку терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. В конспекте нужно обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

2. Практические

Практические (семинарские занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения практических занятий и семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

При подготовке к практическому занятию необходимо, ознакомиться с его планом; изучить соответствующие конспекты лекций, главы учебников и методических пособий, разобрать примеры, ознакомиться с дополнительной литературой (справочниками, энциклопедиями, словарями). К наиболее важным и сложным вопросам темы рекомендуется составлять конспекты ответов. Следует готовить все вопросы соответствующего занятия: необходимо уметь давать определения основным понятиям, знать основные положения теории, правила и формулы, предложенные для запоминания к каждой теме.

В ходе практического занятия надо давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

3. Зачет по факультативу

Цель зачета − проверка и оценка уровня полученных студентом специальных знаний по факультативу и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации.

Подготовка к зачету начинается с первого занятия по факультативу, на котором обучающиеся получают предварительный перечень вопросов к зачёту и список рекомендуемой литературы, их ставят в известность относительно критериев выставления зачёта и специфике текущей и итоговой аттестации. С самого начала желательно планомерно осваивать материал, руководствуясь перечнем вопросов к зачету и списком рекомендуемой литературы, а также путём самостоятельного конспектирования материалов занятий и результатов самостоятельного изучения учебных вопросов.

По результатам сдачи зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

4. Доклад/сообщение

Доклад − развернутое устное (возможен письменный вариант) сообщение по определенной теме, сделанное публично, в котором обобщается информация из одного или нескольких источников, представляется и обосновывается отношение к описываемой теме.

Основные этапы подготовки доклада:

1. четко сформулировать тему;
2. изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации:
   − первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.);
   − вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.);
   − третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.);
3. написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее;
4. написать доклад, соблюдая следующие требования:
   − структура доклада должна включать краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы;
   − в содержании доклада общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения;
5. оформить работу в соответствии с требованиями.

5. Реферат

Реферат − теоретическое исследование определенной проблемы, включающее обзор соответствующих литературных и других источников.

Реферат обычно включает следующие части:

1. библиографическое описание первичного документа;
2. собственно реферативная часть (текст реферата);
3. справочный аппарат, т.е. дополнительные сведения и примечания (сведения, дополнительно характеризующие первичный документ: число иллюстраций и таблиц, имеющихся в документе, количество источников в списке использованной литературы).

Этапы написания реферата

1. выбрать тему, если она не определена преподавателем;
2. определить источники, с которыми придется работать;
3. изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников;
4. составить план;
5. написать реферат:
   − обосновать актуальность выбранной темы;
   − указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание);
   − сформулировать проблематику выбранной темы;
   − привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию;
   − сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате.

При оформлении реферата следует придерживаться рекомендаций, представленных в документе «Регламент оформления письменных работ».

6. Таблица по теме

Таблица − форма представления материала, предполагающая его группировку и систематизированное представление в соответствии с выделенными заголовками граф.

Правила составления таблицы:

1. таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования;
2. название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично;
3. в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения;
4. при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире;
5. числовые значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности;
6. таблица с числовыми значениями должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом;
7. если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения;
8. в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа.

7. Контрольная работа по разделу/теме

Контрольная работа выполняется с целью проверки знаний и умений, полученных студентом в ходе лекционных и практических занятий и самостоятельного изучения дисциплины. Написание контрольной работы призвано установить степень усвоения студентами учебного материала раздела/темы и формирования соответствующих компетенций.

Подготовку к контрольной работе следует начинать с повторения соответствующего раздела учебника, учебных пособий по данному разделу/теме и конспектов лекций.

Контрольная работа выполняется студентом в срок, установленный преподавателем в письменном (печатном или рукописном) виде.

При оформлении контрольной работы следует придерживаться рекомендаций, представленных в документе «Регламент оформления письменных работ».

8. Проект

Проект – это самостоятельное, развёрнутое решение обучающимся, или группой обучающихся какой-либо проблемы научно-исследовательского, творческого или практического характера.

Этапы в создании проектов.

1. Выбор проблемы.
2. Постановка целей.
3. Постановка задач (подцелей).
4. Информационная подготовка.
5. Образование творческих групп (по желанию).
6. Внутригрупповая или индивидуальная работа.
7. Внутригрупповая дискуссия.
8. Общественная презентация – защита проекта.

9. Мультимедийная презентация

Мультимедийная презентация – способ представления информации на заданную тему с помощью компьютерных программ, сочетающий в себе динамику, звук и изображение.

Для создания компьютерных презентаций используются специальные программы: PowerPoint, Adobe Flash CS5, Adobe Flash Builder, видеофайл.

Презентация – это набор последовательно сменяющих друг друга страниц – слайдов, на каждом из которых можно разместить любые текст, рисунки, схемы, видео - аудио фрагменты, анимацию, 3D – графику, фотографию, используя при этом различные элементы оформления.

Мультимедийная форма презентации позволяет представить материал как систему опорных образов, наполненных исчерпывающей структурированной информацией в алгоритмическом порядке.

Этапы подготовки мультимедийной презентации:

1. Структуризация материала по теме;
2. Составление сценария реализации;
3. Разработка дизайна презентации;
4. Подготовка медиа фрагментов (тексты, иллюстрации, видео, запись аудиофрагментов);
5. Подготовка музыкального сопровождения (при необходимости);
6. Тест-проверка готовой презентации.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1. Проблемное обучение
2. Проектные технологии
3. Цифровые технологии обучения
4. Технология развития критического мышления

8. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ

1. компьютерный класс – аудитория для самостоятельной работы
2. учебная аудитория для лекционных занятий
3. учебная аудитория для семинарских, практических занятий
4. Лицензионное программное обеспечение:
   - Операционная система Windows 10
   - Microsoft Office Professional Plus
   - Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition
   - Справочная правовая система Консультант плюс
   - 7-zip
   - Adobe Acrobat Reader DC