

Приложение Л.РПД Б1.В.ОД.3

**Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»
в г. Смоленске**

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора
филиала ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»
в г. Смоленске
по учебно-методической работе
В.В. Рожков
« 2016 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

(НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

Направление подготовки: 09.04.03 Прикладная информатика

**Магистерская программа: Информационные системы и технологии в
управлении бизнес-процессами**

Уровень высшего образования: магистратура

Нормативный срок обучения: 2 года

Смоленск – 2016 г.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью освоения дисциплины является подготовка обучающихся к научно-исследовательской и организационно-управленческой деятельности по направлению подготовки 09.04.03 Прикладная информатика (магистерская программа: Информационные системы и технологии в управлении бизнес-процессами) посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

Задачами дисциплины является изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических и прикладных задач.

Дисциплина направлена на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций:

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- использовать и анализировать информацию, как средство достижения поставленных целей;

Уметь:

- использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры.

Владеть:

- навыками применения в практической деятельности, полученной в результате исследований информации.

ОПК-4 способностью исследовать закономерности становления и развития информационного общества в конкретной прикладной области

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

-основные требования к информационным системам для проведения маркетингового анализа

Уметь:

- применять современные информационные технологии для проведения маркетингового анализа

Владеть:

- навыками использования современных информационных технологий для проведения маркетингового анализа.

ОПК-5 способностью на практике применять новые научные принципы и методы исследований

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

-современные научные принципы и методы проведения маркетингового анализа;

Уметь:

- применять современные методы маркетингового анализа;

Владеть:

- навыками применения современных методов маркетингового анализа рынка информационных технологий.

ОПК-6 способностью к профессиональной эксплуатации современного электронного оборудования в соответствии с целями основной образовательной программы магистратуры

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- методы обработки маркетинговой информации, характеристики и возможности корпоративных информационных систем в части осуществления функций маркетинга

Уметь:

- взаимодействовать со службами информационных технологий по вопросам обеспечения информацией для целей маркетинга

Владеть:

- методами обработки маркетинговой информации

ПК-4 способностью проводить научные эксперименты, оценивать результаты исследований

В результате изучения дисциплины студент должен:

Уметь:

- применять новые методы анализа рынка информационных технологий;

Владеть:

- методами оценки, полученной в результате анализа информации.

ПК-19 способностью организовывать и проводить переговоры с представителями заказчика и профессиональные консультации на предприятиях и в организациях

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные нормы и правила ведения переговоров.

Уметь:

- эффективно организовывать переговорный процесс;

Владеть:

- навыками проведения деловых переговоров;

- навыками ведения дискуссии.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части блока 1 «Дисциплина (модули)» образовательной программы подготовки магистров по магистерской программе: Информационные системы и технологии в управлении бизнес–процессами направления 09.04.03 Прикладная информатика (индекс дисциплины в соответствии с учебным планом: Б1.В.ОД.3).

В соответствии с учебным планом по направлению 09.04.03 Прикладная информатика дисциплина «Маркетинговый анализ рынка информационных технологий» (Б1.В.ОД.3) базируется дисциплине «Маркетинг», изученной в рамках освоения программ бакалавриата, а также дисциплин данной программы магистратуры:

Деловой иностранный язык

Информационное общество и проблемы прикладной информатики

Контроллинг информационных технологий

Методология и технология проектирования информационных систем

Методология научного исследования

Методология прикладных маркетинговых исследований

Методы и средства защиты компьютерной информации

Методы искусственного интеллекта в информационных системах

Моделирование информационных процессов и систем

Предпринимательство в информационной сфере

Современные технологии баз и банков данных
Современный стратегический анализ
Управление бизнес-процессами и реинжиниринг информационных процессов
Управление ИТ-проектами
Философские проблемы науки и техники
Электронная коммерция

Дисциплина «Маркетинговый анализ рынка информационных технологий» также базируется на умениях и навыков, полученных в ходе прохождения производственной (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика, педагогическая практика)) практики.

Знания, умения и навыки, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, являются базой для прохождения производственной (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика, педагогическая практика)) практики, для выполнения научно-исследовательской работы, для прохождения преддипломной практики, для прохождения государственной итоговой аттестации (выпускная квалификационная работа - магистерская диссертация).

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Аудиторная работа

Цикл:	Блок 1	Семестр
Часть цикла:	Вариативная часть	
Индекс дисциплины по учебному плану:	Б1.В.ОД.3	
Часов (всего) по учебному плану:	144	3 семестр
Трудоемкость в зачетных единицах (ЗЕТ)	4	3 семестр
Лекции (ЗЕТ, часов)	0,5 ЗЕТ, 18 час	3 семестр
Практические занятия (ЗЕТ, часов)	0,5 ЗЕТ, 18 час	3 семестр
Лабораторные работы (ЗЕТ, часов)	0,5 ЗЕТ, 18 час	3 семестр
Курсовая работа (ЗЕТ, часов)	-----	-----
Объем самостоятельной работы по учебному плану (ЗЕТ, часов всего)	1,5 ЗЕТ, 54 час	3 семестр
Зачет с оценкой (в объеме самостоятельной работы)	-----	-----
Экзамен	1 ЗЕТ, 36 час	3 семестр

Самостоятельная работа студентов

Вид работ	Трудоёмкость, ЗЕТ, час
Изучение материалов лекций (лк)	0,25 ЗЕТ, 9 час
Подготовка к практическим занятиям (пз)	0,25 ЗЕТ, 9 час
Подготовка к защите лабораторной работы (лаб)	0,25 ЗЕТ, 9 час
Выполнение расчетно-графической работы	0,5 ЗЕТ, 18 час
Выполнение реферата	-
Выполнение курсовой работы	-
Самостоятельное изучение дополнительных материалов дисциплины (СРС)	0,25 ЗЕТ, 9 час
Подготовка к тестированию	-
Подготовка к зачету	-
Всего (в соответствии с УП)	1,5 ЗЕТ, 54 час

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№ п/п	Темы дисциплины	Всего часов на тему	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) (в соответствии с УП)						
			лк	пр	лаб	КР	ЭКЗ	СРС	в т.ч. интеракт.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Исследование комплекса коммуникаций	33	4	4	4		9	12	4
2	Исследование конкуренции	37	4	4	6		9	12	5
3	Исследование покупателей	35	4	4	4		9	13	4
4	Исследование цен	39	6	6	4		9	17	5
всего по видам учебных занятий		144	18	18	18	-	36	54	18

Содержание по видам учебных занятий

Тема 1 Исследование комплекса коммуникаций

Лекция 1-2 Комплекс маркетинговых коммуникаций. Особенности рынка информационных технологий (4 час.)

Практическое занятие 1-2 Анализ комплекса коммуникаций (4 час.)

Лабораторная работа 1-2. Исследование комплексов коммуникаций на рынке информационных технологий (4 час.)

Самостоятельная работа студента (СРС, 12 час)

Подготовка к лекции (2 час)

Подготовка к практическим занятиям (2 час)

Выполнение расчетно-графической работы (4 час)

Подготовка к защите лабораторной работы (2 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (2 час)

Подготовка к экзамену (9 час)

Текущий контроль:

- **устный опрос:** собеседование; групповая дискуссия, защита лабораторных работ

- **письменный опрос:** конспект дополнительных материалов, проверка отчета по лабораторной работе, проверка выполнения расчетно-графической работы

- **контроль с помощью технических средств и информационных технологий:** мультимедийные презентации лабораторных работ.

Тема 2 Исследование конкуренции

Лекция 3-4. Конкуренция. Понятие и виды конкуренции. Особенности конкурентной борьбы на рынке информационных технологий (4 час.)

Практическое занятие 3-4 Особенности маркетингового анализа конкуренции на рынке информационных технологий (4 час)

Лабораторная работа 3-5 Исследование конкуренции на рынке информационных технологий (6 час.)

Самостоятельная работа студента (СРС, 12 час)

Подготовка к лекции (2 час)

Подготовка к практическим занятиям (2 час)

Выполнение расчетно-графической работы (4 час)

Подготовка к защите лабораторной работы (2 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (2 час)

Подготовка к экзамену (9 час)

Текущий контроль:

- **устный опрос:** собеседование; групповая дискуссия, защита лабораторных работ
- **письменный опрос:** конспект дополнительных материалов, проверка отчета по лабораторной работе, проверка выполнения расчетно-графической работы
- **контроль с помощью технических средств и информационных технологий:** мультимедийные презентации лабораторных работ.

Тема 3 Исследование покупателей

Лекция 5-6. Потребительские предпочтения. Маркетинговый анализ потребительских предпочтений на рынке информационных технологий (4 час.)

Практическое занятие 5-6 Особенности маркетингового анализа потребительских предпочтений на рынке информационных технологий (4 час.)

Лабораторная работа 6-7 Исследование поведения потребителей на рынке информационных технологий (4 часа)

Самостоятельная работа студента (СРС, 13 час)

Подготовка к лекции (2 час)

Подготовка к практическим занятиям (2 час)

Выполнение расчетно-графической работы (5 час)

Подготовка к защите лабораторной работы (2 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (2 час)

Подготовка к экзамену (9 час)

Текущий контроль:

- **устный опрос:** собеседование; групповая дискуссия, защита лабораторных работ
- **письменный опрос:** конспект дополнительных материалов, проверка отчета по лабораторной работе, проверка выполнения расчетно-графической работы
- **контроль с помощью технических средств и информационных технологий:** мультимедийные презентации лабораторных работ.

Тема 4 Исследование цен

Лекция 7-9 Методы ценообразования. Маркетинговый анализ цен. (6 час.)

Практическое занятие 7-9 Особенности маркетингового анализа цен на рынке информационных технологий (6 час)

Лабораторная работа 8-9 Исследование цен на рынке информационных технологий (4 час.)

Самостоятельная работа студента (СРС, 17 час)

Подготовка к лекции (3 час)

Подготовка к практическим занятиям (3 час)

Выполнение расчетно-графической работы (5 час)

Подготовка к защите лабораторной работы (3 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (3 час)

Подготовка к экзамену (9 час)

Текущий контроль:

- **устный опрос:** собеседование; групповая дискуссия, защита лабораторных работ
- **письменный опрос:** конспект дополнительных материалов, проверка отчета по лабораторной работе, проверка выполнения расчетно-графической работы
- **контроль с помощью технических средств и информационных технологий:** мультимедийные презентации лабораторных работ.

Промежуточная аттестация по дисциплине:

Изучение дисциплины заканчивается зачетом с оценкой. Зачет проводится в соответствии с Положением о зачетной и экзаменационной сессиях в ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» и инструктивным письмом от 14.05.2012 г. № И-23.

Зачет по дисциплине проводится в устной форме.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для обеспечения самостоятельной работы разработаны:

- учебно-методическое обеспечение лекционных занятий
- учебно-методическое обеспечение практических занятий
- методические рекомендации по выполнению лабораторных работ
- методические указания к выполнению расчетно-графической работы
- методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Маркетинговый анализ рынка информационных технологий».

Учебно-методическое обеспечение аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов, обучающихся по дисциплине «Маркетинговый анализ рынка информационных технологий» представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-4, ПК-19.

Указанные компетенции формируются в соответствии со следующими этапами:

1. Формирование и развитие теоретических знаний, предусмотренных указанными компетенциями (самостоятельная работа студентов).
2. Приобретение и развитие практических умений, предусмотренных компетенциями (лабораторные работы, самостоятельная работа студентов).
3. Закрепление теоретических знаний, умений и практических навыков, предусмотренных компетенциями, в ходе защит лабораторных работ, а также успешной сдачи зачета.

Матрица соотнесения тем/разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Темы, разделы дисциплины	Количество часов	Код компетенции						Σ общее количество компетенций
		ОК-1	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ПК-4	ПК-19	
Тема 1. Исследование комплекса коммуникаций	33	+	+		+		+	4
Тема 2. Исследование конкуренции	37			+		+	+	3
Тема 3. Исследование покупателей	35	+	+		+		+	4
Тема 4. Исследование цен	39			+				1
Итого	144	2	2	2	2	1	3	12

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описания шкал оценивания

Сформированность каждой компетенции в рамках освоения данной дисциплины оценивается по трехуровневой шкале:

- пороговый уровень является обязательным для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины;
- продвинутый уровень характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенции по завершении освоения дисциплины;
- эталонный уровень характеризуется максимально возможной выраженностью компетенции и является важным качественным ориентиром для самосовершенствования.

Уровень сформированности каждой компетенции на различных этапах ее формирования в процессе освоения данной дисциплины оценивается в ходе текущего контроля успеваемости и представлен различными видами оценочных средств.

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОК-1 «Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций, отчетах студента по практическим занятиям, отчетах студента по лабораторным работам, отчете студента по расчетно-графической работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, контрольные опросы, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание наличие знаний:

- использовать и анализировать информацию, как средство достижения поставленных целей

наличие умений:

- использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры.

присутствие **навыков:**

- применения в практической деятельности, полученной в результате исследований информации.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОК-1 «Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Уметь: - использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры. Владеть: - навыками применения в практической деятельности, полученной в результате исследований информации.	Эталонный.	Корректное применение методов анализа. Знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры, а также их применение. Способность анализа полученной в результате маркетинговых исследований информации.	5	Конспект лекций студента, Письменные задания Собеседование Разбор конкретных ситуаций
	Продвинутый	Знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры. Способность анализа полученной в результате маркетинговых исследований информации.	4	Конспект дополнительных материалов Отчёт по лабораторным работам
	Пороговый	Перечисление методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры	3	Отчет по РГР Защита лабораторных работ

	Ниже порогового	Не знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры	2	Экзамен
--	-----------------	--	---	---------

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОПК-4 «Способностью исследовать закономерности становления и развития информационного общества в конкретной прикладной области» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций, отчетах студента по практическим занятиям, отчетах студента по лабораторным работам, отчете студента по расчетно-графической работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, контрольные опросы, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание наличие знаний:

- об основных требованиях к информационным системам для проведения маркетингового анализа;

наличие **умений**:

- применять современные информационные технологии для проведения маркетингового анализа;

присутствие **навыков**:

- использования современных информационных технологий для проведения маркетингового анализа.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОПК-4 «Способностью исследовать закономерности становления и развития информационного общества в конкретной прикладной области»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - основные требования к информационным системам для проведения маркетингового анализа Уметь: - применять современные информационные технологии для проведения маркетингового анализа Владеть: - навыками использования современных информационных технологий для проведения маркетингового анализа.	Эталонный.	Способен сформулировать основные требования к информационным системам для проведения маркетингового анализа. Знает каким образом провести анализ рынка информационных технологий с использованием информационных технологий. Способен провести сам анализ.	5	Конспект лекций студента, Письменные задания Собеседование Разбор конкретных ситуаций
	Продвинутый	Знает основные требования к информационным системам для проведения маркетингового анализа. Знает некоторые способы проведения маркетингового анализа с использованием информационных технологий.	4	Конспект дополнительных материалов Отчёт по лабораторным работам Отчет по РГР

	Пороговый	Знает существующие информационные системы для проведения маркетингового анализа. Способен перечислить некоторые требования к ним. Может использовать некоторые информационные технологии для проведения маркетингового анализа.	3	Защита лабораторных работ Экзамен
	Ниже порогового	Не знает существующие информационные системы для проведения маркетингового анализа. Не способен перечислить некоторые требования к ним. Не может использовать некоторые информационные технологии для проведения маркетингового анализа.	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОПК-5 «Способностью на практике применять новые научные принципы и методы исследований» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций, отчетах студента по практическим занятиям, отчетах студента по лабораторным работам, отчете студента по расчетно-графической работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, контрольные опросы, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание наличие знаний:

- о современных научных принципах и методах проведения маркетингового анализа;

наличие **умений**:

- применять современные методы маркетингового анализа;

присутствие **навыков**:

- применения современных методов маркетингового анализа рынка информационных технологий

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОПК-5 «способностью на практике применять новые научные принципы и методы исследований»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: -современные научные принципы и методы проведения маркетингового анализа; Уметь:	Эталонный.	Знает современные методы проведения маркетингового анализа. Способен применить их на практике. Знает особенности рынка информационных технологий, а также особенности применения методов анализа на данном рынке.	5	Конспект лекций студента, Письменные задания Собеседование Разбор конкретных ситуаций

- применять современные методы маркетингового анализа; Владеть: - навыками применения современных методов маркетингового анализа рынка информационных технологий.	Продвинутый	Знает современные методы проведения маркетингового анализа. Способен применить их на практике. Знает особенности рынка информационных технологий	4	Конспект дополнительных материалов Отчёт по лабораторным работам Отчет по РГР Защита лабораторных работ Экзамен
	Пороговый	Знает современные методы проведения маркетингового анализа. Способен применить хотя бы один на практике	3	
	Ниже порогового	Не знает современные методы проведения маркетингового анализа. Не способен применить хотя бы один на практике	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОПК-6 «Способностью к профессиональной эксплуатации современного электронного оборудования в соответствии с целями основной образовательной программы магистратуры» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций, отчетах студента по практическим занятиям, отчетах студента по лабораторным работам, отчете студента по расчетно-графической работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, контрольные опросы, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание наличие знаний:

- методов обработки маркетинговой информации, характеристики и возможности корпоративных информационных систем в части осуществления функций маркетинга

наличие **умений**:

- взаимодействовать со службами информационных технологий по вопросам обеспечения информацией для целей маркетинга;

присутствие **навыков**:

- владения методов обработки маркетинговой информации.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОПК-6 «Способностью к профессиональной эксплуатации современного электронного оборудования в соответствии с целями основной образовательной программы магистратуры»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - методы обработки маркетинговой информации, характеристики и возможности корпоративных информационных систем	Эталонный.	Знает существующие информационные системы автоматизации деятельности службы маркетинга. Может назвать их преимущества и недостатки. На основе этого способен осуществить выбор программных средств для решения поставленных задач.	5	Конспект лекций студента, Письменные задания Собеседование Разбор конкретных ситуаций

в части осуществления функций маркетинга Уметь: - взаимодействовать со службами информационных технологий по вопросам обеспечения информацией для целей маркетинга Владеть: - методами обработки маркетинговой информации	Продвинутый	Знает существующие информационные системы автоматизации деятельности службы маркетинга. Может назвать их преимущества и недостатки.	4	Конспект дополнительных материалов Отчёт по лабораторным работам Отчет по РГР Защита лабораторных работ Экзамен
	Пороговый	Знает существующие информационные системы управления проектами	3	
	Ниже порогового	Не знает существующие информационные системы автоматизации деятельности службы маркетинга.	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ПК-4 «Способностью проводить научные эксперименты, оценивать результаты исследований» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций, отчетах студента по практическим занятиям, отчетах студента по лабораторным работам, отчете студента по расчетно-графической работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, контрольные опросы, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание наличие **умений:**

- применять новые методы анализа рынка информационных технологий

Знание методами:

- оценки, полученной в результате анализа информации.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ПК-4 «Способностью проводить научные эксперименты, оценивать результаты исследований»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Уметь: - применять новые методы анализа рынка информационных технологий; Владеть: - методами оценки, полученной в результате анализа информации.	Эталонный.	Способен проанализировать рынок информационных технологий с применением современных методов. Может оценить и интерпретировать полученную в результате анализа информацию.	5	Конспект лекций студента, Письменные задания Собеседование Разбор конкретных ситуаций Конспект дополнительных материалов Отчёт по лабораторным работам Отчет по РГР Защита лабораторных работ Экзамен
	Продвинутый	Способен проанализировать рынок информационных технологий с применением современных методов. Знает каким образом можно оценить полученную в результате анализа информацию.	4	
	Пороговый	Способен проанализировать рынок информационных технологий. Но не знает каким образом можно оценить полученную в результате анализа информацию.	3	
	Ниже порогового	Не способен проанализировать рынок информационных технологий. Не знает каким образом можно оценить полученную в результате анализа информацию.	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ПК-19 «Способностью организовывать и проводить переговоры с представителями заказчика и профессиональные консультации на предприятиях и в организациях» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах лекций, отчетах студента по практическим занятиям, отчетах студента по лабораторным работам, отчете студента по расчетно-графической работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, контрольные опросы, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание наличие знаний:

- основных норм и правил ведения переговоров.

наличие **умений**:

- эффективно организовывать переговорный процесс.

присутствие **навыков**:

- проведения деловых переговоров;

- ведения дискуссии.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ПК-19 «Способностью организовывать и проводить переговоры с представителями заказчика и профессиональные консультации на предприятиях и в организациях»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - основные нормы и правила ведения переговоров. Уметь: - эффективно организовывать переговорный процесс; Владеть: - навыками проведения деловых переговоров; - навыками ведения дискуссии.	Эталонный.	Знает основные нормы и правила ведения переговоров и применяет их. Способен подготовить и представить презентацию для представления необходимых материалов.	5	Конспект лекций студента, Письменные задания Собеседование
	Продвинутый	Знает основные нормы и правила ведения переговоров и при меняет их. Способен подготовить презентацию для представления необходимых материалов.	4	Разбор конкретных ситуаций Конспект дополнительных материалов
	Пороговый	Знает основные нормы и правила ведения переговоров.	3	Отчёт по лабораторным работам
	Ниже порогового	Не знает основные нормы и правила ведения переговоров. Не способен ни разработать презентацию, ни представить необходимую информацию должным образом.	2	Отчет по РГР Защита лабораторных работ Экзамен

Критерии оценки результатов сформированности компетенций при использовании различных форм контроля.

Критерии оценивания результатов уровня сформированности компетенций по выполнению лабораторных работ:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который выполнил все задания, обосновал выполнение элементов заданий (привел цифровые данные, правильно провел расчеты, привел факты и пр.), оформил работу с учетом ГОСТ и требований кафедры, убедительно, полно и развернуто отвечает на вопросы при защите.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который выполнил все задания, обосновал выполнение элементов заданий (привел цифровые данные, правильно провел расчеты, привел факты и пр.), оформил работу с учетом ГОСТ и требований кафедры, практически отвечает на вопросы во время защиты.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который выполнил все задания, обосновал выполнение элементов заданий (привел цифровые данные, правильно провел расчеты, привел факты и пр.), оформил работу с незначительными отклонениями в требованиях ГОСТ и кафедры, ошибается в ответах на вопросы во время защиты, но исправляет ошибки при ответе на наводящие вопросы.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, который выполнил не все задания, не обосновал выполнение элементов заданий (не привел цифровые данные, неправильно провел расчеты, не привел факты и пр.), оформил работу с грубыми нарушениями ГОСТ и требований кафедры, практически не отвечает на вопросы во время защиты.

Критерии оценивания конспекта лекций и конспекта дополнительных материалов.

Оценки «отлично» заслуживает студент, который привел развёрнутые ответы на все вопросы конспектирования с приведением фактов и примеров.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который привел развёрнутые ответы на все вопросы конспектирования с незначительным числом фактов и примеров.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который привел ответы на все вопросы конспектирования.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, который не предоставил конспект.

Критерии оценивания устного опроса по презентации дополнительных материалов.

Оценки «отлично» заслуживает студент, который полно и развернуто ответил на все вопросы.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который полно ответил на большинство вопросов.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который не полно ответил на вопросы.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, который не ответил на более половины вопросов.

Критерии оценивания собеседования (устного опроса), разбора конкретных ситуаций:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который полно и развернуто ответил на вопрос.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который полно ответил на вопрос.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который не полно ответил на вопрос.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, не ответил на вопрос.

Критерии оценки выполнения практических заданий.

Оценка «отлично» ставится, если студент выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе правильно и аккуратно выполняет все записи, аккуратно оформлены таблицы и рисунки, вычислены все необходимые показатели; правильно и обоснованно сделаны выводы.

Оценка «хорошо» ставится, если студент выполнил требования к оценке «отлично», но допущены 2-3 существенных недочета.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент выполнил работу не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы; в ходе проведения работы были допущены ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент выполнил работу не полностью или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов;

Критерии оценки ответов студентов на контрольные вопросы

Оценка «отлично» ставится в том случае, если студент правильно понимает сущность вопроса, дает точное определение и истолкование основных понятий; строит ответ по собственному плану, сопровождает ответ новыми примерами, умеет применить знания в новой ситуации; может установить связь между изучаемым и ранее изученным материалом данной дисциплины, а также с материалом, усвоенным при изучении других дисциплин.

Оценка «хорошо» ставится, если ответ студента удовлетворяет основным требованиям к ответу на оценку «отлично», но дан без использования собственного плана, новых примеров, без применения знаний в новой ситуации, без использования связей с ранее изученным материалом и материалом, усвоенным при изучении других дисциплин; студент допустил одну ошибку или не более двух недочетов и может их исправить самостоятельно или с небольшой помощью преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент правильно понимает суть вопроса, но в ответе имеются отдельные пробелы в усвоении вопросов данной дисциплины, не препятствующие дальнейшему усвоению программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент не овладел основными знаниями и умениями в соответствии с требованиями программы и допустил больше ошибок и недочетов, чем необходимо для оценки «удовлетворительно»; не может ответить ни на один из поставленных вопросов.

Критерии оценивания расчетно-графической работы:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который привел полные, точные и развёрнутые материалы по работам/заданиям, оформил реферат с учетом ГОСТ и требований кафедры.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который привел полные, не совсем точные и развёрнутые материалы по работам/заданиям, оформил отчет по реферат с учетом ГОСТ и требований кафедры, однако не выдержал объем отчета по реферату.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который привел не полные, не совсем точные материалы по работам/заданиям, оформил работу с незначительными отклонениями в требованиях ГОСТ и кафедры.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, который привел не полные, не совсем точные материалы по работам/заданиям, сделал существенные ошибки в расчетах и выводах, оформил работу с грубыми нарушениями ГОСТ и требований кафедры.

Формой промежуточной аттестации по данной дисциплине является зачет с оценкой, оцениваемый по принятой в ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Формой промежуточной аттестации по данной дисциплине является экзамен, оцениваемый по принятой в НИУ «МЭИ» четырехбалльной системе: "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно".

Экзамен проводится в устной форме.

Критерии оценивания (в соответствии с инструктивным письмом НИУ МЭИ от 14 мая 2012 года № И-23):

Оценки «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; проявивший творческие способности в понимании, изложении и использовании материалов изученной дисциплины, безупречно ответившему не только на вопросы билета, но и на дополнительные вопросы в рамках рабочей программы дисциплины, правильно выполнившему практические задание

Оценки «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполняющий предусмотренные задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины; показавшему систематический характер знаний по дисциплине, ответившему на все вопросы билета, правильно выполнившему практические задание, но допустившему при этом не принципиальные ошибки.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, знакомы с основной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; допустившим погрешность в ответе на

теоретические вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнившему практическое задание, но по указанию преподавателя выполнившим другие практические задания из того же раздела дисциплины.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы билета и дополнительные вопросы и неправильно выполнившему практическое задание (неправильное выполнение только практического задания не является однозначной причиной для выставления оценки «неудовлетворительно»). Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение по образовательной программе без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине (формирования и развития компетенций, закреплённых за данной дисциплиной). Оценка «неудовлетворительно» выставляется также, если студент: после начала экзамена отказался его сдавать или нарушил правила сдачи экзамена (списывал, подсказывал, обманом пытался получить более высокую оценку и т.д.

В зачетную книжку студента и выписку к диплому выносятся оценка экзамена по дисциплине за 3 семестр.

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Оценка знаний, умений и навыков в процессе изучения дисциплины производится с использованием фонда оценочных средств.

Вопросы по приобретению и развитие практических умений, предусмотренных компетенциями, закреплёнными за дисциплиной

Примеры вопросов к практическим занятиям:

Задание 1. Выберите несколько потребностей и подберите информационные продукты и услуги, удовлетворяющие данные потребности. Заполните таблицу на основании своих ответов.

Задание 2. Вспомните какой-либо информационный продукт или услугу, который вы приобретали сами. Постарайтесь восстановить процесс совершения выбора, которому вы следовали, источники информации, к которым вы обращались, и ваш подход к решению этой проблемы.

Используйте при этом следующие знания:

информационные издержки на просмотр, на восприятие, на цвет
оправданность информации;
от чего зависит потребность в дополнительной информации;
источники информации.

Учебные ситуации для практических занятий представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

Описание деловых и ролевых игр представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

Описание лабораторных работ представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

Вопросы по закреплению теоретических знаний, умений и практических навыков, предусмотренных компетенциями (вопросы к экзамену)

- 1 Анализ размера, динамики и потенциала развития рынка
- 2 Анализ сегментов рынка с целью поиска свободных рыночных ниш и новых источников продаж
- 3 Анализ спроса, ключевых потребностей и особенностей поведения покупателей на рынке
- 4 Анализ структуры распределения или дистрибуции товара на рынке
- 5 Виды ценовых стратегий, используемых на рынке информационных продуктов и услуг.
- 6 Информация как предмет коммерческого распространения и потребления. Особенности маркетинга информационных продуктов и услуг.
- 7 Источники получения информации
- 8 Классификация информационных потребностей. Способы удовлетворения потребностей на рынке информационных продуктов и услуг.
- 9 Конкурентный анализ рынка
- 10 Методы анализа рынка информационных технологий
- 11 Определение целей и основных задач анализа рынка информационных технологий
- 12 Организационно-правовые формы распространения товаров на рынке информационных продуктов и услуг. Сервис на рынке информационных продуктов и услуг.
- 13 Организация исследований рынка информационных продуктов и услуг. Методы маркетинговых исследований. Сегментация рынка информационных продуктов и услуг.
- 14 Организация процесса рекламной компании. Определение рекламного бюджета на информационных продуктов и услуг
- 15 Основные модели, используемые в ценообразовании. Факторы, определяющие цену информационных продуктов и услуг.
- 16 Основные характеристики информационных продуктов и услуг как товара. Информационные продукты и услуги как товар.
- 17 Основы формирования спроса и предложения на рынке информационных продуктов и услуг.
- 18 Оценка конкурентоспособности информационных продуктов и услуг. Лицензирование программного продукта, как средства обеспечения информационной безопасности.
- 19 Проведение анализа емкости и конъюнктуры рынка, оценка рыночных тенденции
- 20 Проведение анализа развития рынка и рыночной доли товара компании в сегменте
- 21 Проведение анализа спроса на рынке и анализа ключевых потребностей рынка, подробное изучение поведения, требований целевой аудитории к продукту
- 22 Проведение конкурентного анализа рынка с целью анализа конкурентных преимуществ товара и определения слабых стороны компании
- 23 Расчет цены на информационные услуги. Расчет цены программного продукта.
- 24 Составление плана маркетингового анализа рынка информационных технологий
- 25 Состояние российского информационного рынка.
- 26 Специфика продвижения информационных продуктов и услуг на разных стадиях жизненного цикла. Выбор формы продвижения информационных продуктов и услуг в зависимости от особенностей товара.
- 27 Сроки и бюджет анализа рынка информационных технологий
- 28 Стимулирование и продвижение информационных услуг и продуктов на рынок. Виды, функции и средства рекламирования информационных продуктов и услуг.
- 29 Сущность информационного маркетинга.
- 30 Товародвижение, реализация и сервис на рынке информационных продуктов и услуг. Типы и характеристики каналов распространения информационных продуктов и услуг. Выбор каналов товародвижения на рынке информационных продуктов и услуг.

31 Ценообразование на рынке информационных услуг. Ценовая политика предприятия как важнейший инструмент маркетинга.

Темы расчетно-графических работ:

- 1 Выбор стратегии роста
- 2 Жизненный цикл информационного продукта
- 3 Зарубежный опыт информационной деятельности
- 4 Информация как предмет коммерческого распространения
- 5 Контроль за выполнением программы маркетинга информационных технологий
- 6 Маркетинговые исследования рынка информационных технологий
- 7 Методы стратегического анализа и планирования
- 8 Недостатки действующего законодательства в рамках регулирования рынка информационных технологий
- 9 Особенности ценообразования программных продуктов
- 10 Планирование информационного маркетинга
- 11 Понятие информационной системы маркетинга
- 12 Понятия первичной и вторичной продаж для информационных продуктов и услуг
- 13 Реклама на рынке информационных технологий
- 14 Рынок информационных технологий
- 15 Сегментирование рынка информационной продукции
- 16 Система управления информационными продуктами и услугами
- 17 Содержательные и формальные характеристики информации
- 18 Структура рынка информационных продуктов и услуг
- 19 Технологии и индустрия коммерческого распространения информации
- 20 Технология создания новых информационных продуктов и услуг
- 21 Формирование рыночных отношений в сфере производства и распространения информации

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, изложены в п.6.1 и 6.2 настоящей программы и в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

- 1 Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учеб. для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. - 2-е изд., перер. и доп. - М. : Юрайт, 2015. – 576 с.
- 2 Еремин В.Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации : учеб. / В.Н. Еремин В.Н. - М. : Кнорус, 2014. - 647 с.

б) дополнительная литература:

- 1 Берёза Н.В. Рынок информационных услуг: современные тенденции и перспективы развития / Н.В. Берёза. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 180 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227195>
- 2 Гавриленко Н.И. Маркетинг [электронный ресурс] : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 194 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611>
- 3 Бабич В.Н. Инновационная модель бизнес-процесса [электронный ресурс] : учебное пособие / В.Н. Бабич, А.Г. Кремлёв ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский

федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 185 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275629>

4 Управление маркетингом [электронный ресурс] : учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины

1 Консультант плюс [электронный ресурс]: Режим доступа : <http://www.consultant.ru/online/>

2 Онлайн Энциклопедия Маркетинга [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://marketopedia.ru/>

3 Энциклопедия маркетинга [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/lib-research/>

4 Корпоративный менеджмент [электронный ресурс] : Режим доступа: <http://www.cfin.ru/marketing/>

5 Записки маркетолога [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.marketch.ru/>

6 Бизнес журнал [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.business-magazine.ru/>

7 Административно-управленческий портал [электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m168/1_1.htm

8 Маркетинг журнал 4p.ru [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/research/>

9 Блог молодого аналитика [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://humeur.ru/category/marketingovyj-analiz>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции раз в две недели, практические занятия раз в две недели и лабораторные работы раз в две недели. Изучение дисциплины завершается экзаменом.

Успешное изучение дисциплины требует активной работы на лекционных, практических занятиях и лабораторных работах, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Во время **лекции** студент должен вести краткий конспект.

Работа с конспектом лекций предполагает просмотр конспекта в тот же день после занятий. При этом необходимо пометить материалы конспекта, которые вызывают затруднения для понимания. При этом обучающийся должен стараться найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. Если ему самостоятельно не удалось разобраться в материале, необходимо сформулировать вопросы и обратиться за помощью к преподавателю на консультации или ближайшей лекции.

Обучающемуся необходимо регулярно отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Практические занятия составляют важную часть профессиональной подготовки студентов. Основная цель проведения практических занятий - формирование у студентов аналитического, творческого мышления путем приобретения практических навыков.

Методические указания к практическим занятиям по дисциплине наряду с рабочей программой и графиком учебного процесса относятся к методическим документам, определяющим уровень организации и качества образовательного процесса.

Содержание практических занятий фиксируется в разделе 4 настоящей рабочей программы дисциплины. Основное внимание на практических занятиях уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание деятельности студентов - решение задач, графические задания, анализ учебных ситуаций и кейсов, уточнение категорий и понятий науки, являющихся предпосылкой правильного мышления и речи.

Практические занятия выполняют следующие задачи:

- стимулируют регулярное изучение рекомендуемой литературы, а также внимательное отношение к лекционному курсу;
- закрепляют знания, полученные в процессе лекционного обучения и самостоятельной работы над литературой;
- расширяют объём профессионально значимых знаний, умений, навыков;
- позволяют проверить правильность ранее полученных знаний;
- прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления;
- способствуют свободному оперированию терминологией;
- предоставляют преподавателю возможность систематически контролировать уровень самостоятельной работы студентов.

При подготовке к **практическим занятиям** необходимо просмотреть конспекты лекций и методические указания, рекомендованную литературу по данной теме; подготовиться к ответу на контрольные вопросы.

В ходе выполнения индивидуального задания практического занятия студент письменно заносит результаты выполнения каждого пункта задания (схемы, диаграммы (графики), таблицы, расчеты, ответы на вопросы пунктов задания, выводы и т.п.) в тетрадь, отведенную для выполнения практических занятий по дисциплине.

За 15 мин до окончания занятия преподаватель проверяет объём выполненной на занятии работы и отмечает результат в рабочем журнале.

Оставшиеся невыполненными пункты задания практического занятия студент обязан доделать самостоятельно.

После проверки записей, сделанных студентами, преподаватель может проводить устный или письменный опрос студентов для контроля усвоения ими основных теоретических и практических знаний по теме занятия (студенты должны знать смысл полученных ими результатов и ответы на контрольные вопросы). По результатам проверки и опроса выставляется оценка за индивидуальные задания в рамках практических занятий.

По дисциплине проводится устный опрос студентов для контроля усвоения ими основных теоретических и практических знаний по теме практического занятия (студенты должны знать ответы на поставленные вопросы). По результатам и опроса выставляется оценка за практическое занятие.

Лабораторные работы составляют важную часть профессиональной подготовки студентов. Они направлены на экспериментальное подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений.

Выполнение студентами лабораторных работ направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление полученных теоретических знаний по конкретным темам дисциплин;
- формирование необходимых профессиональных умений и навыков;

Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем.

По каждой лабораторной работы предусмотрена процедура защиты, в ходе которой преподаватель проводит устный или письменный опрос студентов для контроля понимания выполненных ими измерений, правильной интерпретации полученных результатов и усвоения ими основных теоретических и практических знаний по теме занятия.

При подготовке к **экзамену** в дополнение к изучению конспектов лекций, учебных пособий и слайдов, необходимо пользоваться учебной литературой, рекомендованной к настоящей программе. При подготовке к экзамену нужно изучить теорию: определения всех понятий и подходы к оцениванию до состояния понимания материала и самостоятельно решить по несколько типовых задач из каждой темы. При решении задач всегда необходимо уметь качественно интерпретировать итог решения.

Самостоятельная работа студентов (СРС) по дисциплине играет важную роль в ходе всего учебного процесса. Методические материалы и рекомендации для обеспечения СРС готовятся преподавателем и выдаются студенту. Методические материалы и рекомендации для обеспечения самостоятельной работы студентов представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Для проведения лекционных занятий предусматривается использование программного обеспечения MicrosoftOffice: (презентационный редактор MicrosoftPowerPoint).

При выполнении расчетно-графической работы студентами предусматривается использование программного обеспечения MicrosoftOffice (электронные таблицы MicrosoftExcel и текстовый редактор MicrosoftWord).

При проведении лабораторных работ предусматривается использование компьютерных учебников, программ пакета MSOffice.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия проводятся в аудитории, оснащенной презентационной мультимедийной техникой (проектор, экран, ноутбук) и доской.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся в аудитории, оборудованной учебной мебелью и обычной доской.

Лабораторные работы по данной дисциплине проводятся в компьютерном классе, оборудованном компьютерами с современными лицензионными программно-техническими средствами, с доступом к сети Интернет, столом для конференций, доской, многофункциональным устройством.

Авторы

канд. экон. наук, доцент



В.В. Гимаров

канд. экон. наук, доцент



Д.Ю. Шутова

Зав. кафедрой МИТЭ

д-р техн. наук, профессор



М.И. Дли

Программа одобрена на заседании кафедры Менеджмента и информационных технологий в экономике от 26 августа 2016 года, протокол № 1

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц в документе	Наименование и № документа, вводящего изменения	Подпись, Ф.И.О. внесшего изменения в данный экземпляр	Дата внесения изменения в данный экземпляр	Дата введения изменения
	измененных	замененных	новых	аннулированных					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10