

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(«ВятГУ»)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_4-38.03.02.02_2016_53283

Рабочая программа учебной дисциплины
Маркетинговый анализ деятельности предприятия

	<small>наименование дисциплины</small>
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02 <small>шифр</small>
	Менеджмент <small>наименование</small>
Направленность (профиль)	3-38.03.02.02 <small>шифр</small>
	Управление проектами <small>наименование</small>
Формы обучения	Заочная, Очная <small>наименование</small>
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) <small>наименование</small>
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) <small>наименование</small>

Сведения о разработчиках рабочей программы учебной дисциплины Маркетинговый анализ деятельности предприятия

наименование дисциплины

Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02 шифр
	Менеджмент наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.02 шифр
	Управление проектами наименование
Формы обучения	Заочная, Очная наименование

Разработчики РП

Кандидат наук: кандидат экономических наук, Доцент, Катаева Наталья Николаевна
степень, звание, ФИО

Зав. кафедры ведущей дисциплину

Кандидат наук: экономические, Доцент, Фокина Ольга Васильевна
степень, звание, ФИО

РП соответствует требованиям ФГОС ВО

РП соответствует запросам и требованиям работодателей

Концепция учебной дисциплины

Данный курс ориентирован на формирование компетенций, необходимых для принятия эффективных решений в маркетинговой деятельности на основе проведенного анализа, а также обеспечение приобретения знаний, умения и навыков в области маркетингового анализа деятельности предприятия, знакомство с методиками проведения маркетингового анализа и применение навыков в маркетинговой деятельности предприятия

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины	обучение студентов владению теоретической базой и практическими навыками в области маркетингового анализа в области товарной политики предприятия, ценовой политики, сбытовой политики и политики продвижения товара на рынок, понимания процесса маркетингового анализа как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности в маркетинговой деятельности предприятия
Задачи учебной дисциплины	познание теоретических основ и приобретение практических навыков по организации маркетингового анализа деятельности предприятия с целью повышения эффективности производства, формирование практических навыков проведения маркетинговых исследований, разработки комплекса маркетинга и оценки эффективности маркетинговой деятельности в целом

Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина входит в блок	Б1
Обеспечивающие (предшествующие) учебные дисциплины и практики	Введение в профессию Маркетинг Экономика организаций (предприятий)
Обеспечиваемые (последующие) учебные дисциплины и практики	Маркетинг товаров и услуг Маркетинговые коммуникации Стратегический менеджмент Управление маркетингом проекта Управление разработкой и внедрением нового продукта

Требования к компетенциям обучающегося, необходимым для освоения учебной дисциплины (предшествующие учебные дисциплины и практики)

Дисциплина: Введение в профессию

Компетенция ОПК-1

владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
базовые нормативные документы, регламентирующие разработки в различных отраслях, основные положения нормативно-правовых актов	использование в своей практике нормативно-правовых актов регулирующих профессиональную деятельность	навыками поиска, анализа и использования нормативно-правовых актов, реализации правовых норм в профессиональной деятельности

Дисциплина: Введение в профессию

Компетенция ОПК-7

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
требования информационной безопасности и средства ее обеспечения в информационно-коммуникационных технологиях. Знает содержание стандартных задач профессиональной деятельности и подходы к их решению. Обладает навыками информационной и библиографической культуры;	готовить документы, формировать коммуникации высокой информационной и библиографической культуры при соблюдении требований информационной безопасности	навыками формировать информационное обеспечение своей профессиональной деятельности и работ по решению стандартных задач в рамках информационно-коммуникационных технологий при соблюдении правил информационной и библиографической культуры и требований информационной безопасности.

Дисциплина: Маркетинг

Компетенция ПК-5

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых	использовать информацию, полученную в результате маркетинговых	методами разработки и реализации маркетинговых программ;

исследований; основы маркетинговых коммуникаций; основы товарной политики. основы политики продвижения. особенности сбытовой политики на рынках товаров и услуг.	исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга;	
--	---	--

Дисциплина: Экономика организаций (предприятий)

Компетенция ОК-3

способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
основы экономики организации (предприятий), особенности использования организационно-управленческих навыков в будущей профессиональной деятельности	использовать полученные теоретические знания на практике	методами оценки экономических показателей применительно к объектам профессиональной деятельности

Дисциплина: Экономика организаций (предприятий)

Компетенция ПК-9

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, тенденции развития макроэкономической среды, и закономерности развития организаций и органов государственного и муниципального управления;	анализировать воздействие макроэкономической ситуации, выявлять факторы влияния на рынки и организации, управление организациями, органов государственного и муниципального управления	навыками выявления и оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, индуцируемые риски, прогнозировать поведение потребителей и объем спроса

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

Компетенция ПК-5

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
экономические основы маркетинга и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации; содержание маркетинговой концепции управления	анализировать ситуацию, складывающуюся на рынке Российской Федерации и за рубежом; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований	методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий, выделять целевые сегменты и группы на различных примерах; методами разработки и реализации маркетинговых программ

Структура учебной дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов учебной дисциплины (модулей, тем)	Часов	ЗЕТ	Шифр формируемых компетенций
1	Теоретические основы маркетингового анализа	32.00	0.90	ПК-5
2	Маркетинговый анализ внешней среды и комплекса маркетинга	36.00	1.00	ПК-5
3	Организация контроля маркетинговой деятельности предприятия. Маркетинг-аудит	36.00	1.00	ПК-5
4	Подготовка и сдача промежуточной аттестации	4.00	0.10	ПК-5

Формы промежуточной аттестации

Зачет	5 семестр (Очная форма обучения) 7 семестр (Заочная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)

Объем учебной дисциплины и распределение часов по видам учебной работы

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ	Всего	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	5	108	3	54	18	36	0	54		5	
Заочная форма обучения	3, 4	6, 7	108	3	14	6	8	0	94		7	

Содержание учебной дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем (занятий)	Трудоемкость		
		Общая		В т.ч. проводимых в интерактивных формах
		ЗЕТ	Часов	
Модуль 1 «Теоретические основы маркетингового анализа»		0.90	32.00	
	Лекция			
Л1.1	Понятие, сущность и принципы маркетингового анализа деятельности предприятия		1.00	
Л1.2	Основные направления маркетингового анализа		1.00	
Л1.3	Технологии маркетингового анализа		2.00	
	Практика, семинар			
П1.1	Технология проведения маркетингового анализа деятельности предприятия		2.00	
П1.2	Основные направления маркетингового анализа деятельности предприятия		2.00	
	СРС			
С1.1	Подготовка к практическим занятиям		12.00	
С1.2	Подготовка доклада		12.00	
Модуль 2 «Маркетинговый анализ внешней среды и комплекса маркетинга»		1.00	36.00	
	Лекция			
Л2.1	Комплексный маркетинговый анализ рынка, его информационное обеспечение		1.00	
Л2.2	Маркетинговый анализ конкурентной среды и конкурентов		1.00	
Л2.3	Маркетинговый анализ товарной политики предприятия		2.00	
Л2.4	Маркетинговый анализ ценовой политики		2.00	

	предприятия			
Л2.5	Маркетинговый анализ сбытовой политики предприятия		2.00	
Л2.6	Маркетинговый анализ политики продвижения товара на рынок		2.00	
	Практика, семинар			
П2.1	Анализ покупательских предпочтений		2.00	
П2.2	Анализ потребления и известности марки		2.00	
П2.3	Диагностика конкурентной среды рынка		2.00	
П2.4	Оценка конкурентоспособности предприятия		2.00	
П2.5	Анализ товарной и ассортиментной политики предприятия		4.00	
П2.6	Анализ ценовой политики предприятия		4.00	
П2.7	Анализ сбытовой политики предприятия		4.00	
П2.8	Анализ коммуникационной политики предприятия		4.00	
	СРС			
С2.1	Изучить конкурентную среду рынка конкретного товара		0.50	
С2.2	Построить конкурентную карту рынка		0.20	
С2.3	Провести маркетинговый анализ конкурентоспособности предприятия и товара		0.20	
С2.4	Установить конкурентоспособную цену на товар		0.20	
С2.5	Провести маркетинговый анализ каналов сбыта предприятия		0.40	
С2.6	Проанализировать рынок рекламных услуг г. Кирова		0.50	
Модуль 3 «Организация контроля маркетинговой деятельности предприятия. Маркетинг-аудит»		1.00	36.00	
	Лекция			

Л3.1	Организация контроля маркетинговой деятельности предприятия		1.00	
Л3.2	Маркетинг-аудит		1.00	
Л3.3	Маркетинговый анализ планирования деятельности предприятия		2.00	
	Практика, семинар			
П3.1	Контроль результатов маркетинговой деятельности предприятия		2.00	
П3.2	Маркетинг-аудит		2.00	
П3.3	Оценка эффективности управления маркетингом на предприятии		2.00	
П3.4	Анализ корпоративного имиджа предприятия		2.00	
	СРС			
С3.1	Подготовка к практическим занятиям		12.00	
С3.2	Подготовка доклада		12.00	
Модуль 4 «Подготовка и сдача промежуточной аттестации»		0.10	4.00	
	Зачет			
34.1	Подготовка к зачету		4.00	
ИТОГО		3	108.00	

Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем (занятий)	Трудоемкость		
		Общая		В т.ч. проводимых в интерактивных формах
		ЗЕТ	Часов	
Модуль 1 «Теоретические основы маркетингового анализа»		0.90	32.00	
	Лекция			
Л1.1	Понятие, сущность и принципы маркетингового анализа деятельности предприятия		0.50	
Л1.2	Основные направления маркетингового анализа		0.50	
Л1.3	Технологии маркетингового анализа		0.50	
	Практика, семинар			
П1.1	Технология проведения		1.00	

	маркетингового анализа деятельности предприятия			
П1.2	Основные направления маркетингового анализа деятельности предприятия		1.00	
	СРС			
С1.1	Подготовка к практическим занятиям		14.50	
С1.2	Подготовка доклада		14.00	
Модуль 2 «Маркетинговый анализ внешней среды и комплекса маркетинга»		1.00	36.00	
	Лекция			
Л2.1	Комплексный маркетинговый анализ рынка, его информационное обеспечение		0.50	
Л2.2	Маркетинговый анализ конкурентной среды и конкурентов		0.50	
Л2.3	Маркетинговый анализ товарной политики предприятия		0.50	
Л2.4	Маркетинговый анализ ценовой политики предприятия		0.50	
Л2.5	Маркетинговый анализ сбытовой политики предприятия		0.50	
Л2.6	Маркетинговый анализ политики продвижения товара на рынок		0.50	
	Практика, семинар			
П2.1	Анализ покупательских предпочтений			
П2.2	Анализ потребления и известности марки			
П2.3	Диагностика конкурентной среды рынка			
П2.4	Оценка конкурентоспособности предприятия			
П2.5	Анализ товарной и ассортиментной политики предприятия		1.00	
П2.6	Анализ ценовой политики предприятия		1.00	

П2.7	Анализ сбытовой политики предприятия		1.00	
П2.8	Анализ коммуникационной политики предприятия		1.00	
	СРС			
С2.1	Изучить конкурентную среду рынка конкретного товара		5.00	
С2.2	Построить конкурентную карту рынка		4.00	
С2.3	Провести маркетинговый анализ конкурентоспособности предприятия и товара		6.00	
С2.4	Установить конкурентоспособную цену на товар		6.00	
С2.5	Провести маркетинговый анализ каналов сбыта предприятия		4.00	
С2.6	Проанализировать рынок рекламных услуг г. Кирова		4.00	
Модуль 3 «Организация контроля маркетинговой деятельности предприятия. Маркетинг-аудит»		1.00	36.00	
	Лекция			
Л3.1	Организация контроля маркетинговой деятельности предприятия		0.50	
Л3.2	Маркетинг-аудит		0.50	
Л3.3	Маркетинговый анализ планирования деятельности предприятия		0.50	
	Практика, семинар			
П3.1	Контроль результатов маркетинговой деятельности предприятия		1.00	
П3.2	Маркетинг-аудит			
П3.3	Оценка эффективности управления маркетингом на предприятии		1.00	
П3.4	Анализ корпоративного имиджа предприятия			
	СРС			
С3.1	Подготовка к практическим занятиям		16.50	
С3.2	Подготовка доклада		16.00	
Модуль 4 «Подготовка и сдача		0.10	4.00	

промежуточной аттестации»				
	Зачет			
34.1	Подготовка к зачету		4.00	
ИТОГО		3	108.00	

Рабочая программа может использоваться в том числе при обучении по индивидуальному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении.

Описание применяемых образовательных технологий

Организация учебного процесса предусматривает применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (включая, при необходимости, проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

При обучении могут применяться дистанционные образовательные технологии и электронное обучение.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение учебной дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции и семинарские (практические, лабораторные) занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Организация учебного процесса предусматривает применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (включая, при необходимости, проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, кроме того они способствуют формированию у обучающихся навыков самостоятельной работы с научной литературой.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью практических и лабораторных занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении.

Практические (лабораторные) занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий.

Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

На практических (лабораторных) занятиях под руководством преподавателя обучающиеся обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания, выполняют практические (лабораторные) задания и т.п. Для успешного проведения практического (лабораторного) занятия обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения, сформировать определенные навыки и умения и т.п.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение задач и т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины преподаватель предлагает обучающимся перечень заданий для самостоятельной работы. Самостоятельная работа по учебной дисциплине может осуществляться в различных формах (например: подготовка докладов; написание рефератов; публикация тезисов; научных статей; подготовка и защита курсовой работы / проекта; другие).

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно либо группой и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Результатом самостоятельной работы должно стать формирование у обучающегося определенных знаний, умений, навыков, компетенций.

Система оценки качества освоения учебной дисциплины включает входной контроль, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля), промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (модулю) (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ)).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущей аттестации в течение семестра.

Процедура оценивания результатов освоения учебной дисциплины (модуля) осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых компетенций, хороших знаний и высокой оценки по дисциплине обучающимся необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение учебного периода.

**Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины, в том числе
учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы
обучающегося по учебной дисциплине**

Учебная литература (основная)

- 1) Вдовин, В. М. Теория систем и системный анализ. Учебник [Электронный ресурс] / Вдовин В. М.. - М. : Дашков и К, 2012. - 639 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 2) Воронцова, Наталья Дмитриевна. Статистические методы при анализе экономических процессов : учебно-метод. пособие для студентов направления 080100.62 "Экономика" всех профилей подготовки, всех форм обучения / Н. Д. Воронцова ; ВятГУ, ФЭМ, каф. ЭК. - Киров : [б. и.], 2013. - 21 с.. - Библиогр.: с. 18-19. - 50 экз.
- 3) Гинзбург, Анатолий Ильич. Экономический анализ : учебник / А. И. Гинзбург. - 2-е изд., перераб. и доп.. - СПб. : Питер, 2008. - 528 с.. - (Учебник для вузов)
- 4) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Маркетинговые исследования : практикум / Т. А. Бурцева ; ВГСХА, ЭФ, каф. Маркетинга и стратегического планирования. - Киров : [б. и.], 2012. - 242 с.. - Библиогр.: с. 212-213
- 5) Основы маркетинга [Электронный ресурс] / Г. Васильев. - Москва : Юнити-Дана, 2012. - 544 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 6) Понятие маркетинга. Маркетинговые исследования и коммуникации. Ч. 2. Сборник студенческих работ [Электронный ресурс] / Игорь Куянцев. - Москва : Студенческая наука, 2012. - 1265 с.. - (Вузовская наука в помощь студенту) Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 7) Сейфуллаева, М. Э. Маркетинг. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Сейфуллаева М. Э.. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 256 с.. - (Профессиональный учебник: Маркетинг) Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 8) Басовский, Леонид Ефимович. Современный стратегический анализ [Текст] : учеб. пособие / Л. Е. Басовский. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 254, [1] с. : ил.. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 250-252
- 9) Беляевский, Игорь Константинович. Маркетинговое исследование [Текст] : информация, анализ, прогноз : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва : Курс : Инфра-М, 2013. - 392, [1] с. : ил.
- 10) Грант, Роберт. Современный стратегический анализ : учебник / Р. Грант. - 7-е изд.. - СПб. и др. : Питер, 2012. - 537 с.. - (МВА)

11) Розанова, Н. М. Экономический анализ фирмы и рынка [Электронный ресурс] / Н.М. Розанова. - Москва : Юнити-Дана, 2012. - 280 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

Учебная литература (дополнительная)

1) Андрейчиков, Александр Валентинович. Стратегический менеджмент в инновационных организациях : системный анализ и принятие решений: учебник : [по специальности "Управление инновациями"] / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. - 394, [1] с. : граф.. - (Вузовский учебник). - Библиогр. в конце гл.

2) Артюшин, В. В. Финансовый анализ. Инструментарий практика. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Артюшин В. В.. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 121 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

3) Баженов, О. В. Информационное обеспечение стратегического менеджмента: планирование и анализ (на примере предприятий медной промышленности) [Электронный ресурс] / Баженов О. В.. - Москва : БИБЛИО-ГЛОБУС, 2013. - 216 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

4) Лещева, М. Г. Особенности анализа в отдельных отраслях [Электронный ресурс] / М.Г. Лещева. - Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2014. - 176 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

5) Методы анализа предметных областей [Электронный ресурс]. - Кемерово : КемГУКИ, 2014. - 76 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

6) Основы бизнес-анализа : учеб. пособие / Финанс. ун-т при Правительстве РФ ; ред. В. И. Бариленко. - Москва : КНОРУС, 2014. - 270 с.. - (Магистратура). - Библиогр. в конце гл.

Учебно-методические издания

1) Заушицына, Лилия Леонидовна. Анализ формирования условий образования, эффективного функционирования и управления инновационными технологическими кластерами Кировской области [Электронный ресурс] : монография / Л. Л. Заушицына, Т. В. Байбакова, Л. А. Суворова ; ВятГУ, ФЭМ, каф. ЭК. - Киров : [б. и.], 2015

2) Роженцова, Ирина Анатольевна. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. Контрольная работа [Электронный ресурс] : учебно-метод. пособие для студентов всех направлений, всех профилей подготовки, всех форм обучения / И. А. Роженцова ; ВятГУ, ФЭМ, каф. БУА. - Киров : [б. и.], 2015

3) Юхнева, Евгения Анатольевна. Стратегический анализ деятельности организаций сферы услуг : учеб. пособие для студентов по направлениям

43.03.01, 43.03.02, 38.03.06, 38.03.07, 43.03.03 всех форм обучения и профилей подготовки / Е. А. Юхнева, Е. А. Юхнева ; ВятГУ, ФЭМ, каф.СТД. - Киров : [б. и.], 2015. - 32 с.. - Библиогр.: с. 30-32

4) Якимова, В. А. Практикум по дисциплине «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности» : учебное пособие [Электронный ресурс] / В. А. Якимова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 224 с. : ил. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

Периодические издания

1) Экономический анализ: теория и практика : науч.-практ. и аналит. журн.. - М. : ООО "Издательский дом "Финансы и кредит"(2012г., N25-48; 2011г., N13-24,33-48; 2010г., N1-18,31-42; 2009г., N1-15,19-29; 2008г., N1-4,6-24; 2007г., N1-18,21-24)

2) Маркетинг в России и за рубежом : журн.. - Москва : Изд-во Финпресс На сайте журнала доступен архив полных текстов отдельных статей. (2014г., N1 (99),2 (100); 2013г., N1-6; 2012г., N1-6; 2011г., N1-3,5,6; 2010г., N1-6; 2009г., N1,2; 2008г., N1-6; 2007г., N1-6; 2006г., N1-6; 2005г., N1-6; 2004г., N1-6; 2003г., N1-6; 2002г., N1-5; 2001г., N1-6; 2000г., N1-6; 1999г., N1-6)

3) Маркетинг и маркетинговые исследования. - М. : ЗАО "Издательский дом Гребенникова"(2012г., N1-3; 2011г., N3,5,6; 2010г., N1-3,6; 2009г., N1-6; 2008г., N1-6)

4) Прикладная психология и психоанализ. - М. : Издательский дом МПА-Пресс, 1996 - На сайте журнала доступен архив полных текстов. (2007г., N1,2,3/4; 2006г., N1-4)

5) Проблемы анализа риска : науч. журн.: офиц. изд. Рос. науч. о-ва анализа риска. - М. : [б. и.], 2004 - На сайте журнала доступен архив полных текстов. (2006г., N1-3; 2005г., N1-4)

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

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: http://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.02

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://student.vyatsu.ru>

Перечень электронно-библиотечных систем (ресурсов) и баз данных для самостоятельной работы

Используемые сторонние электронные библиотечные системы (ЭБС):

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<http://biblio-online.ru>)

Используемые информационные базы данных и поисковые системы:

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент
(http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru/inform_resources/inform_retrieval_system/)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса

Перечень специализированного оборудования

Перечень используемого оборудования
ДОСКА АУДИТОРНАЯ ДА-14з
ДОСКА АУДИТОРНАЯ ДА-14з
ЖАЛЮЗИ ВЕРТИКАЛЬНЫЕ
ЖАЛЮЗИ ВЕРТИКАЛЬНЫЕ
ЖАЛЮЗИ ВЕРТИК.
ЖАЛЮЗИ ВЕРТИК.
ЖАЛЮЗИ РУЛОННЫЕ
ЖАЛЮЗИ РУЛОННЫЕ
Рабочая станция телекоммун.доступа к класт.системе и хранилищу данных
Рабочая станция телекоммун.доступа к класт.системе и хранилищу данных
Рабочая станция телекоммун.доступа к класт.системе и хранилищу данных
Рабочая станция телекоммун.доступа к класт.системе и хранилищу данных
Рабочая станция телекоммун.доступа к класт.системе и хранилищу данных
Рабочая станция телекоммун.доступа к класт.системе и хранилищу данных
Рабочая станция телекоммун.доступа к класт.системе и хранилищу данных
Рабочая станция телекоммун.доступа к класт.системе и хранилищу данных
Рабочая станция телекоммун.доступа к класт.системе и хранилищу данных
КОММУТАТОР HP E2610-24
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-A141V С ЭКРАНОМ НАСТЕННЫМ 180*180СМ, ШТАТИВОМ PROFFIX 63-100СМ И КАБЕЛЕМ VGA 15.2М
КРОВАТЬ 2-ЯРУСНАЯ
МОНОБЛОК ICL RAY S 922.Mi.5 (БЕЛЫЙ)
МФУ ЛАЗЕРНОЕ МОНОХРОМНОЕ HP LaserJet Pro M1536dnf
ШКАФ ДЛЯ ОДЕЖДЫ 800x620x2000
ШКАФ ДЛЯ ОДЕЖДЫ 800x620x2000
ШКАФ ДЛЯ ОДЕЖДЫ 800x620x2000

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО	Производитель ПО и/или поставщик ПО	Номер договора	Дата договора
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO	ЗАО "Анти-Плагиат"	Лицензионный контракт №314	02 июня 2017
2	MicrosoftOffice 365 StudentAdvantage	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы MicrosoftOffice, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами	ООО "Рубикон"	Договор № 199/16/223-ЭА	30 января 2017
3	Office Professional Plus 2013 Russian OLP NL Academic.	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями	ООО "СофтЛайн" (Москва)	ГПД 14/58	07.07.2014
4	Windows 7 Professional and Professional K	Операционная система	ООО "Рубикон"	Договор № 199/16/223-ЭА	30 января 2017
5	Kaspersky Endpoint Security длябизнеса	Антивирусное программное обеспечение	ООО «Рубикон»	Лицензионный договор №647-05/16	31 мая 2016
6	Информационная система КонсультантПлюс	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации	ООО «КонсультантКиров»	Договор № 559-2017-ЕП Контракт № 149/17/44-ЭА	13 июня 2017 12 сентября 2017
7	Электронный периодический	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации	ООО «Гарант-Сервис»	Договор об информационно-	01 сентября 2017

	справочник «Система ГАРАНТ»			правовом сотрудничестве №УЗ-43-01.09.2017-69	
8	SecurityEssentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.	ООО «Рубикон»	Договор № 199/16/223-ЭА	30 января 2017
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах	ООО «Рубикон»	Контракт № 332/17/44-ЭА	05 февраля 2018

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
Приложение к рабочей программе по учебной дисциплине
Маркетинговый анализ деятельности предприятия

	<small>наименование дисциплины</small>
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02 <small>шифр</small>
	Менеджмент <small>наименование</small>
Направленность (профиль)	<small>шифр</small> Управление проектами <small>наименование</small>
Формы обучения	Заочная, Очная <small>наименование</small>
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) <small>наименование</small>
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) <small>наименование</small>

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

Этап: Входной контроль знаний по учебной дисциплине

Результаты контроля знаний на данном этапе оцениваются по следующей шкале с оценками: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно

	Показатель		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Оценка	экономические основы маркетинга и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации; содержание маркетинговой концепции управления	анализировать ситуацию, складывающуюся на рынке Российской Федерации и за рубежом; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований	методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий, выделять целевые сегменты и группы на различных примерах; методами разработки и реализации маркетинговых программ
	Критерий оценивания		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Отлично	теоретические и методологические основы маркетинга; методы маркетинга; средства маркетинга; методы экономического анализа; методы оценки эффективности маркетинговых мероприятий; средства продвижения товаров и услуг на рынок; внутреннюю и внешнюю среду предприятия	анализировать текущее состояние предприятия на рынке; разрабатывать комплекс маркетинговых мероприятий; определять цену и канал распределения товара; выбирать эффективное средство распространения информации; принимать управленческие решения	методами маркетинга; методами экономического анализа; способностью принятия решения; навыками разработки маркетинговых мероприятий, выявления факторов внутренней и внешней среды предприятия
Хорошо	Проявляет знания, указанные в	Проявляет умения, указанные в	На среднем уровне владеет

	<p>требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает отдельные не критичные ошибки, не искажающие сути рассматриваемого вопроса</p> <p>Не в полной мере владеет теоретическим материалом в требуемом объеме, но в целом понимает общую картину рассматриваемой тематики, вопроса</p>	<p>требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает не критичные ошибки, не искажающие итогового результата</p> <p>Не в полной мере способен проявить отдельные практические умения, требуемые для будущей профессиональной деятельности, но в целом ими обладает</p>	<p>навыками, указанными в требованиях на оценку «отлично». Уровень владения навыками не полностью развит, что может привести к возникновению отдельных не критичных ошибок</p> <p>Отдельные практические навыки сформированы не в полной мере, но в целом готов к их применению</p>
Удовлетворительно	<p>Проявляет знания, указанные в требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает значительное количество не критичных ошибок, не искажающие, тем не менее, сути рассматриваемого вопроса</p> <p>Не в полной мере владеет теоретическим материалом в требуемом объеме, но в целом понимает общую картину рассматриваемой тематики, вопроса</p>	<p>Проявляет умения, указанные в требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает значительное количество не критичных ошибок, не искажающих итогового результата</p> <p>Не в полной мере способен проявить значительную часть практических умений, требуемые для будущей профессиональной деятельности, но в целом ими обладает</p>	<p>На низком уровне владеет навыками, указанными в требованиях на оценку «отлично». Уровень владения навыками находится в начальной степени формирования, что может привести к возникновению значительного количества не критичных ошибок</p> <p>Значительная часть практических навыков сформирована не в полной мере, но в целом готов к их применению</p>

Этап: Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине

Результаты контроля знаний на данном этапе оцениваются по следующей шкале с оценками: аттестовано, не аттестовано

Оценка	Показатель		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
	экономические основы маркетинга и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации; содержание маркетинговой концепции управления	анализировать ситуацию, складывающуюся на рынке Российской Федерации и за рубежом; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований	методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий, выделять целевые сегменты и группы на различных примерах; методами разработки и реализации маркетинговых программ
	Критерий оценивания		
знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности	
Аттестовано	задачи и принципы маркетингового анализа деятельности предприятия; методы маркетингового анализа; направления маркетингового анализа товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики предприятия; предмет и задачи контроля маркетинга; маркетинговый анализ стратегического и оперативного планирования; технологию маркетингового анализа	анализировать внутреннюю и внешнюю среду предприятия; проводить маркетинговый анализ товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики предприятия; принимать эффективные решения на основе данных маркетингового анализа; проводить маркетинг-аудит	методами маркетингового анализа; навыками проведения маркетингового анализа деятельности предприятия; способностью принимать маркетинговые решения; методами оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия

Этап: Промежуточная аттестация по учебной дисциплине в форме зачета

Результаты контроля знаний на данном этапе оцениваются по следующей шкале с оценками: зачтено, не зачтено

	Показатель		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Оценка	экономические основы маркетинга и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации; содержание маркетинговой концепции управления	анализировать ситуацию, складывающуюся на рынке Российской Федерации и за рубежом; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований	методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий, выделять целевые сегменты и группы на различных примерах; методами разработки и реализации маркетинговых программ
	Критерий оценивания		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Зачтено	экономические основы маркетинга и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации содержание маркетинговой концепции управления основные понятия, сущность, функции маркетингового анализа и направления его использования в условиях рыночных отношений; роль маркетингового анализа в управлении фирмой; основные методы маркетингового анализа; о необходимости маркетинговых исследований для информационного обеспечения управления фирмой; технологию	анализировать ситуацию, складывающуюся на рынке РФ и за рубежом использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, профессионально проводить маркетинговый анализ деятельности предприятия; готовить предложения по товарной, ценовой, сбытовой и политике продвижения товара на рынок; владеть навыками проведения маркетингового анализа; систематически повышать свою профессиональную квалификацию.	методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий выделять целевые сегменты и группы на различных примерах, методами разработки и реализации маркетинговых программ, методами маркетингового анализа рынка; способами и методами воздействия на покупательское поведение по результатам проведенного анализа; технологией маркетингового анализа товарной, ценовой, сбытовой политики, и политики продвижения товара на рынок;

	проведения маркетингового анализа предприятия		технологией маркетингового исследования рынка; технологией маркетингового анализа деятельности предприятия
--	--	--	---

**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**

Этап: проведение промежуточной аттестации по учебной дисциплине

Текст вопроса	Компетенции	Вид вопроса	Уровень сложности	Элементы усвоения	Кол-во ответов
17. Предмет и задачи контроля маркетинга.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
7. Направления маркетингового анализа товарной политики предприятия.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
1. Маркетинговый анализ как дисциплина и как область практической деятельности.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
2. Основные задачи и принципы маркетингового анализа деятельности предприятия.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
3. Методы маркетингового анализа деятельности предприятия.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
4. Направления маркетингового анализа.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
5. Система анализа маркетинговой информации.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
6. Информационное обеспечение маркетингового анализа рынка.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
8. Рыночная атрибутика товара как объект маркетингового анализа.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
9. Направления маркетингового анализа ценовой политики предприятия.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
10. Установление конкурентоспособной цены на товар	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
11. Направления маркетингового анализа сбытовой	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	

политики предприятия					
12. Выбор наиболее оптимального канала сбыта.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
13. Маркетинговые коммуникации как объект маркетингового анализа деятельности предприятия.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
14. Реклама в системе маркетинга.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
15. Стимулирование сбыта как объект маркетингового анализа.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
16. Современная система деловой коммуникации.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
18. Объекты контроля маркетинга.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
19. Организационные аспекты контроля маркетинговой деятельности предприятия.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
20. Маркетинг-аудит в системе контроля маркетинговой деятельности.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
21. Объекты системного маркетинг-аудита.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
22. Планирование маркетинг-аудита.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
23. Маркетинговый анализ стратегического планирования.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	
24. Маркетинговый анализ оперативного планирования.	ПК-5	Теоретический	Репродуктивный	[А] Термины	

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

Этап: Входной контроль знаний по учебной дисциплине Письменный опрос, проводимый во время аудиторных занятий

Цель процедуры:

Целью проведения входного контроля по дисциплине является выявление уровня знаний, умений, навыков обучающихся, необходимых для успешного освоения дисциплины, а также для определения преподавателем путей ликвидации недостающих у обучающихся знаний, умений, навыков.

Субъекты, на которых направлена процедура:

Процедура оценивания должна, как правило, охватывать всех обучающихся, приступивших к освоению дисциплины (модуля). Допускается неполный охват обучающихся, в случае наличия у них уважительных причин для отсутствия на занятии, на котором проводится процедура оценивания.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится в начале периода обучения (семестра, модуля) на одном из первых занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия).

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимости применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов может включать вопросы открытого и закрытого типа. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий. Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

Описание проведения процедуры:

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутые ответы на поставленные в задании открытые вопросы и ответить на вопросы закрытого типа в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий,

количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов. При этом продолжительность проведения процедуры не должна, как правило, превышать двух академических часов.

Шкалы оценивания результатов проведения процедуры:

Результаты проведения процедуры проверяются преподавателем и оцениваются с применением четырехбалльной шкалы с оценками:

- «отлично»;
- «хорошо»;
- «удовлетворительно»;
- «неудовлетворительно».

Преподаватель вправе применять иные, более детальные шкалы (например, стобалльную) в качестве промежуточных, но с обязательным дальнейшим переводом в четырехбалльную шкалу.

Результаты процедуры:

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке доводятся до сведения обучающихся на ближайшем занятии после занятия, на котором проводилась процедура оценивания.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем определяются пути ликвидации недостающих у обучающихся знаний, умений, навыков за счет внесения корректировок в планы проведения учебных занятий.

По результатам проведения процедуры оценивания обучающиеся, показавшие неудовлетворительные результаты, должны интенсифицировать свою самостоятельную работу с целью ликвидации недостающих знаний, умений, навыков.

Результаты данной процедуры могут быть учтены преподавателем при проведении процедур текущего контроля знаний по дисциплине (модулю).

Этап: Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине Письменный опрос, проводимый во время аудиторных занятий

Цель процедуры:

Целью текущего контроля успеваемости по дисциплине (модулю) является оценка уровня выполнения обучающимися самостоятельной работы и систематической проверки уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и динамики формирования компетенций в процессе обучения.

Субъекты, на которых направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль) и обучающихся на очной и очно-заочной формах обучения. В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается получившим оценку «не аттестовано». Для обучающихся на заочной форме процедура оценивания не проводится.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится неоднократно в течение периода обучения (семестра, модуля).

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимости применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов может включать вопросы открытого и закрытого типа, перечень тем, выносимых на опрос, типовые задания. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий. Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

Описание проведения процедуры:

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутые ответы на поставленные в задании открытые вопросы и ответить на вопросы закрытого типа в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов. При этом продолжительность проведения процедуры не должна, как правило, превышать двух академических часов.

Шкалы оценивания результатов проведения процедуры:

Результаты проведения процедуры проверяются преподавателем и оцениваются с применением двухбалльной шкалы с оценками:

- «аттестовано»;
- «не аттестовано».

Преподаватель вправе применять иные, более детальные шкалы (например, стобалльную) в качестве промежуточных, но с обязательным дальнейшим переводом в двухбалльную шкалу.

Результаты процедуры:

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке представляются в деканат факультета, за которым закреплена образовательная программа. Деканат факультета доводит результаты проведения процедур по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы до сведения обучающихся путем размещения данной информации на стендах факультета.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем определяются пути ликвидации недостающих у обучающихся знаний, умений, навыков за счет внесения корректировок в планы проведения учебных занятий.

По результатам проведения процедуры оценивания обучающиеся, показавшие неудовлетворительные результаты, должны интенсифицировать свою самостоятельную работу с целью ликвидации недостающих знаний, умений, навыков.

Этап: Промежуточная аттестация по учебной дисциплине в форме зачета Устный опрос по результатам освоения дисциплины

Цель процедуры:

Целью промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) является оценка уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины (части дисциплины – для многосеместровых дисциплин).

Субъекты, на которых направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль). В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины (модуля), но, как правило, до начала экзаменационной сессии. В противном случае, деканатом факультета составляется индивидуальный график прохождения промежуточной аттестации для каждого из обучающихся, не сдавших зачеты до начала экзаменационной сессии.

Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимости применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

Требования к банку оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов включает вопросы, как правило, открытого типа, перечень тем, выносимых на опрос, типовые задания. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий. Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

Описание проведения процедуры:

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать устные развернутые ответы на поставленные в задании вопросы и задания в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из

сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов. При этом продолжительность проведения процедуры не должна, как правило, превышать двух академических часов.

Шкалы оценивания результатов проведения процедуры:

Результаты проведения процедуры проверяются преподавателем и оцениваются с применением двухбалльной шкалы с оценками:

- «зачтено»;
- «не зачтено».

Преподаватель вправе применять иные, более детальные шкалы (например, стобалльную) в качестве промежуточных, но с обязательным дальнейшим переводом в двухбалльную шкалу.

Результаты процедуры:

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке проставляются преподавателем в зачетные книжки обучающихся и зачётные ведомости, либо в зачетные карточки (для студентов, проходящих процедуру в соответствии с индивидуальным графиком) и представляются в деканат факультета, за которым закреплена образовательная программа.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем делается вывод о результатах промежуточной аттестации по дисциплине.

По результатам проведения процедуры оценивания обучающиеся, показавшие неудовлетворительные результаты считаются имеющими академическую задолженность, которую обязаны ликвидировать в соответствии с составляемым индивидуальным графиком. В случае, если обучающийся своевременно не ликвидировал имеющуюся академическую задолженность он подлежит отчислению из вуза, как не справившийся с образовательной программой.