

**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\_55254

**Рабочая программа учебной дисциплины**  
**Управление маркетингом проекта**

	<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  
Управление маркетингом проекта**

наименование дисциплины

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>

**Разработчики РП**

Кандидат наук: экономические, Доцент, Созинова Анастасия Андреевна

степень, звание, ФИО

Кандидат наук: кандидат экономических наук, Доцент, Катаева Наталья Николаевна

степень, звание, ФИО

Кандидат наук: кандидат экономических наук, Доцент, Кислицына Валентина  
Васильевна

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

Концепцией курса является приобретение студентами теоретических и практических аспектов управления маркетингом и формирование у студентов навыков профессиональной деятельности в сфере решения основных проблем управления маркетинговой деятельностью предприятия на стратегическом и тактическом уровне.

## Цели и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины	Целью дисциплины является формирование совокупности теоретических знаний и практических навыков, связанных с пониманием роли маркетинга проекта в системе управления проектами.
Задачи учебной дисциплины	Задачей дисциплины «Управление маркетингом проекта» является: <ul style="list-style-type: none"><li>• ознакомление студентов с современной концепцией маркетинга проекта;</li><li>• изучение методических подходов к разработке маркетинговой стратегии проекта;</li><li>• изучение программы маркетинга проекта;</li><li>• изучение бюджета маркетинга проекта.</li></ul>

## Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина входит в блок	Б1
Обеспечивающие (предшествующие) учебные дисциплины и практики	Исследование рынка Маркетинг Маркетинг в отраслях и сферах Маркетинговый анализ деятельности предприятия Теория организации Управление маркетингом Управление проектами
Обеспечиваемые (последующие) учебные дисциплины и практики	Лабораторный практикум по управлению проектами

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

**Дисциплина: Исследование рынка**

**Компетенция ПК-10**

владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
Математические и алгоритмические основы работы с информацией; Теорию вероятностей и статистические методы обработки экспериментальных данных.	Использовать методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений; Проектировать и создавать экономические, финансовые и организационно-управленческие модели, адаптировать существующие модели к конкретным задачам менеджмента и развития организации.	Методами количественного и качественного анализа информации;

**Дисциплина: Исследование рынка**

**Компетенция ПК-17**

способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
инструменты маркетингового комплекса; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований;	проводить рыночные исследования на целевом рынке; формировать обоснованный и целостный информационный отчет по итогам маркетинговых исследований;	навыками использования инструментов маркетинга в разработке маркетинговых планов; методами разработки и реализации маркетинговых программ

**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;	использовать информацию, полученную в результате	методами разработки и реализации маркетинговых

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

**Дисциплина: Маркетинг в отраслях и сферах**

**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. Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности. Методы маркетинговых исследований.	использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга в отраслях и сферах;	методами разработки и реализации маркетинговых программ в различных отраслях и сферах деятельности.

**Дисциплина: Маркетинговый анализ деятельности предприятия**

**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

**Дисциплина: Теория организации**

**Компетенция ПК-6**

способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
Методы управления проектами и программами; Методы управления	Активно участвовать в командной проектной работе, используя навыки	Навыками управления проектами и программами технологических,

организационными изменениями. Основные организационные инструменты и структуры управления проектами; Основные процессы управления проектами и виды документов, используемых в данных процессах	эффективной коммуникации	продуктовых и иных инноваций; Навыками разработки программы организационных изменений.
--	--------------------------	--

**Дисциплина: Теория организации**

**Компетенция ОПК-3**

способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
Основные виды организационных структур, их преимущества и недостатки; Основные понятия и функции управления человеческими ресурсами.	Определять виды стратегии управления человеческими ресурсами организации, предлагать проект плана реализации мероприятий и распределения полномочий и ответственности; Разрабатывать проект совершенствования организационной структуры предприятия и активно участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами; Разрабатывать стратегию управления человеческими ресурсами	Инструментами планирования и реализации мероприятий по созданию организационной структуры Методами управления человеческими ресурсами; Способностью распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия.

**Дисциплина: Управление маркетингом**

**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 исследований; основы маркетинговых коммуникаций; основы	использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга;	методами разработки и реализации маркетинговых программ;

товарной политики. основы политики продвижения. особенности сбытовой политики на рынках товаров и услуг.		
--	--	--

**Дисциплина: Управление проектами**

**Компетенция ПК-6**

способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений		
<b>Знает</b>	<b>Умеет</b>	<b>Имеет навыки и (или) опыт деятельности</b>
Методы управления проектами и программами; Методы управления организационными изменениями. Основные организационные инструменты и структуры управления проектами; Основные процессы управления проектами и виды документов,используемых в данных процессах	Активно участвовать в командной проектной работе, используя навыки эффективной коммуникации	Навыками управления проектами и программами технологических, продуктовых и иных инноваций; Навыками разработки программы организационных изменений.

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

**Компетенция ПК-17**

способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели		
Знает	Умеет	Имеет навыки и (или) опыт деятельности
содержание основных факторов определяющих жизнеспособность и эффективность бизнес – идеи; инструменты маркетингового комплекса; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований;	оценивать экономические и социальные условия управления маркетингом проекта; проводить рыночные исследования на целевом рынке; формировать обоснованный и целостный информационный отчет по итогам маркетинговых исследований;	навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками; навыками использования инструментов маркетинга в разработке маркетинговых планов; методами разработки и реализации маркетинговых программ проекта

**Структура учебной дисциплины**  
**Тематический план**

№ п/п	Наименование разделов учебной дисциплины (модулей, тем)	Часов	ЗЕТ	Шифр формируемых компетенций
1	Управление маркетингом в рамках управления проектами	18.00	0.50	ПК-17
2	Маркетинговые исследования	32.00	0.90	ПК-17
3	Разработка концепции и маркетинговой стратегии проекта	30.00	0.85	ПК-17
4	Разработка программы и реализация маркетинга проекта	24.00	0.65	ПК-17
5	Подготовка и сдача промежуточной аттестации	4.00	0.10	ПК-17

**Формы промежуточной аттестации**

Зачет	7 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	4	7	108	3	36	18	18	0	72		7	
Заочная форма обучения	3, 4	6, 7	108	3	8	4	4	0	100		7	

## Содержание учебной дисциплины

### Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем (занятий)	Трудоемкость		
		Общая		В т.ч. проводимых в интерактивных формах
		ЗЕТ	Часов	
<b>Модуль 1 «Управление маркетингом в рамках управления проектами»</b>		<b>0.50</b>	<b>18.00</b>	
	Лекция			
Л1.1	Управление маркетингом в рамках УП		2.00	
	Практика, семинар			
П1.1	Этапы процесса управления маркетингом		2.00	
	СРС			
С1.1	Управление маркетингом в рамках УП		14.00	
<b>Модуль 2 «Маркетинговые исследования»</b>		<b>0.90</b>	<b>32.00</b>	
	Лекция			
Л2.1	Структура маркетинговых исследований		2.00	
Л2.2	Маркетинговая информационная система		2.00	
	Практика, семинар			
П2.1	Разработка плана проведения исследований		2.00	
П2.2	Формирование объема выборки		2.00	
	СРС			
С2.1	Маркетинговое исследование		24.00	
<b>Модуль 3 «Разработка концепции и маркетинговой стратегии проекта»</b>		<b>0.85</b>	<b>30.00</b>	
	Лекция			
Л3.1	Концепции управления маркетингом		2.00	
Л3.2	Маркетинговая стратегия проекта		2.00	
Л3.3	Основы стратегического анализа		2.00	
	Практика, семинар			
П3.1	Сегментирование рынка и позиционирование товара		2.00	
П3.2	SWOT-анализ		2.00	

ПЗ.3	Матрица BCG		2.00	
	СРС			
СЗ.1	Структура модели Shell		18.00	
<b>Модуль 4 «Разработка программы и реализация маркетинга проекта»</b>		<b>0.65</b>	<b>24.00</b>	
	Лекция			
Л4.1	Управление товарной и ценовой политикой		2.00	
Л4.2	Управление сбытовой и коммуникационной политикой		2.00	
Л4.3	Контроль и маркетинговый аудит		2.00	
	Практика, семинар			
П4.1	Управление товарной и ценовой политикой		2.00	
П4.2	Управление сбытовой и коммуникационной политикой		2.00	
П4.3	Эффективность управления маркетингом проекта		2.00	
	СРС			
С4.1	Средства комплекса маркетинга		12.00	
<b>Модуль 5 «Подготовка и сдача промежуточной аттестации»</b>		<b>0.10</b>	<b>4.00</b>	
	Зачет			
35.1	Подготовка к зачету		4.00	
<b>ИТОГО</b>		<b>3</b>	<b>108.00</b>	

#### Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем (занятий)	Трудоемкость		
		Общая		В т.ч. проводимых в интерактивных формах
		ЗЕТ	Часов	
<b>Модуль 1 «Управление маркетингом в рамках управления проектами»</b>		<b>0.50</b>	<b>18.00</b>	
	Лекция			
Л1.1	Управление маркетингом в рамках УП			
	Практика, семинар			
П1.1	Этапы процесса управления маркетингом			
	СРС			
С1.1	Управление маркетингом в		18.00	

	рамках УП			
<b>Модуль 2 «Маркетинговые исследования»</b>		<b>0.90</b>	<b>32.00</b>	
	Лекция			
Л2.1	Структура маркетинговых исследований			
Л2.2	Маркетинговая информационная система		1.00	
	Практика, семинар			
П2.1	Разработка плана проведения исследований		1.00	
П2.2	Формирование объема выборки			
	СРС			
С2.1	Маркетинговое исследование		30.00	
<b>Модуль 3 «Разработка концепции и маркетинговой стратегии проекта»</b>		<b>0.85</b>	<b>30.00</b>	
	Лекция			
Л3.1	Концепции управления маркетингом		1.00	
Л3.2	Маркетинговая стратегия проекта		1.00	
Л3.3	Основы стратегического анализа			
	Практика, семинар			
П3.1	Сегментирование рынка и позиционирование товара		1.00	
П3.2	SWOT-анализ			
П3.3	Матрица BCG			
	СРС			
С3.1	Структура модели Shell		27.00	
<b>Модуль 4 «Разработка программы и реализация маркетинга проекта»</b>		<b>0.65</b>	<b>24.00</b>	
	Лекция			
Л4.1	Управление товарной и ценовой политикой		1.00	
Л4.2	Управление сбытовой и коммуникационной политикой			
Л4.3	Контроль и маркетинговый аудит			
	Практика, семинар			
П4.1	Управление товарной и ценовой политикой			
П4.2	Управление сбытовой и коммуникационной политикой		1.00	

П4.3	Эффективность управления маркетингом проекта		1.00	
	СРС			
С4.1	Средства комплекса маркетинга		21.00	
<b>Модуль 5 «Подготовка и сдача промежуточной аттестации»</b>		<b>0.10</b>	<b>4.00</b>	
	Зачет			
35.1	Подготовка к зачету		4.00	
<b>ИТОГО</b>		<b>3</b>	<b>108.00</b>	

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) Данько, Тамара Петровна. Управление маркетингом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. - 4-е изд., перераб. и доп.. - Москва : Юрайт, 2016. - 521 с. : рис., табл.. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 521 (16 назв.)
- 2) Созинова, Анастасия Андреевна. Управление маркетингом проекта [Электронный ресурс] : видеолекция: дисциплина "Управление маркетингом проекта" / А. А. Созинова ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Электрон. данные. - Киров : [б. и.], [2015]. - + 1 on-line. - Загл с экрана Материалы к видеолекции.
- 3) Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека ONLINE".
- 4) Зуб, Анатолий Тимофеевич. Управление проектами : учебник и практикум для акад. бакалавриата / А. Т. Зуб ; МГУ им. М. В. Ломоносова. - Москва : Юрайт, 2017. - 421 с. : рис.. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 420-422

### **Учебная литература (дополнительная)**

- 1) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Управление маркетингом в сфере банковских услуг [Текст] : монография / Т. А. Бурцева, А. В. Русских, Н. К. Савельева ; ВятГУ, ФЭМ, каф. МиМ. - Киров : [б. и.], 2014. - 206 с.. - Библиогр.: с. 136-148
- 2) Савчук, Г. А. Управление маркетингом на предприятии [Электронный ресурс] / Г.А. Савчук. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 117 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека ONLINE".
- 3) Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я [Электронный ресурс] / Р. Ньютон. - 7-е изд.. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 180 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека ONLINE".
- 4) Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Высш. шк. экономики ; ред.: И. В. Липсиц, О. К. Ойнер. - Москва : Юрайт, 2017. - 377 с. : рис.. - (Бакалавр - Магистр). - Библиогр.: с. 377-378 (28 назв.)

### **Учебно-методические издания**

- 1) Савельева, Надежда Константиновна. Управление проектами. Практические работы [Электронный ресурс] : учебно-метод. пособие для студентов направления 38.03.02 всех профилей подготовки, очной формы обучения / Н. К. Савельева ; ВятГУ, ФЭМ, каф. МиМ. - Киров : [б. и.], 2015. - 178 с.

2) Грабар, Анна Анатольевна. Управление проектами [Электронный ресурс] : учебно-метод. пособие для студентов направления 27.03.02 / А. А. Грабар ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : [б. и.], 2017. - 39 с.

#### Периодические издания

1) Управление проектами. - Москва : ООО "Искусство управления проектами"

2) Маркетинг в России и за рубежом : журн.. - Москва : Изд-во Финпресс

#### **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](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](http://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/](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
Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2
Проектор Smart V25 к интерактивной доске

**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 для бизнеса	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**  
**Управление маркетингом проекта**

	<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	содержание основных факторов определяющих жизнеспособность и эффективность бизнес – идеи; инструменты маркетингового комплекса; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований;	оценивать экономические и социальные условия управления маркетингом проекта; проводить рыночные исследования на целевом рынке; формировать обоснованный и целостный информационный отчет по итогам маркетинговых исследований;	навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками; навыками использования инструментов маркетинга в разработке маркетинговых планов; методами разработки и реализации маркетинговых программ проекта
	Критерий оценивания		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Отлично	теорию маркетинговых исследований, бюджетирование программы маркетинга, концепцию маркетинга	использовать методики маркетингового исследования в проектном управлении применять методы формирования программы и бюджета маркетинга в проектном управлении использовать методики выработки	методами проведения маркетинговых исследований; методами реализации маркетинга в проектном управлении; уметь считать бюджет маркетинга проекта

		стратегии маркетинга в проектном управлении	
Хорошо	<p>Проявляет знания, указанные в 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>Проявляет умения, указанные в 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>На среднем уровне владеет 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

	Показатель		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Оценка	содержание основных факторов определяющих жизнеспособность и эффективность бизнес – идеи; инструменты маркетингового комплекса; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований;	оценивать экономические и социальные условия управления маркетингом проекта; проводить рыночные исследования на целевом рынке; формировать обоснованный и целостный информационный отчет по итогам маркетинговых исследований;	навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками; навыками использования инструментов маркетинга в разработке маркетинговых планов; методами разработки и реализации маркетинговых программ проекта
	Критерий оценивания		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Аттестовано	методики маркетингового исследования в проектном управлении методы формирования программы и бюджета маркетинга в проектном управлении методики выработки стратегии маркетинга в проектном управлении	проводить маркетинговое исследование формировать программу маркетинга проекта, рассчитывать бюджет маркетинга проекта	методами проведения маркетинговых исследований; методами реализации маркетинга в проектном управлении; методами расчета бюджета маркетинга проекта

--	--	--	--

### 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	содержание основных факторов определяющих жизнеспособность и эффективность бизнес – идеи; инструменты маркетингового комплекса; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований;	оценивать экономические и социальные условия управления маркетингом проекта; проводить рыночные исследования на целевом рынке; формировать обоснованный и целостный информационный отчет по итогам маркетинговых исследований;	навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками; навыками использования инструментов маркетинга в разработке маркетинговых планов; методами разработки и реализации маркетинговых программ проекта
	Критерий оценивания		
	знает	умеет	имеет навыки и (или) опыт деятельности
Зачтено	принципы развития и закономерности функционирования организации; виды, стадии и способы разрешения конфликтов; теорию игр, анализ операционной деятельности, методики маркетингового исследования в	анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности анализировать орг. структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию выделять целевые сегменты и группы на	владеют методами экономических расчетов и принятия стратегических, тактических и оперативных решений, методы проведения маркетинговых исследований, методы реализации маркетинга в проектном управлении, считать бюджет

	проектном управлении, методы формирования программы и бюджета маркетинга в проектном управлении, методики выработки стратегии маркетинга в проектном управлении	различных примерах	маркетинга проекта
--	---	--------------------	--------------------

**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. Задачи и функции службы маркетинга в проектном управлении. 18. Организационные структуры маркетинга проекта, их достоинства и недостатки. 19. Управление персоналом службы маркетинга в проектном управлении. 20. Планирование маркетинга. Основные цели составления плана маркетинга. Требования к плану маркетинга в рамках проектного управления. 21. Виды затрат на маркетинг. 22. Структура плана маркетинга. 23. Стратегическое планирование маркетинга в проектном управлении. 24. Направления контроля маркетинга: стратегический, оперативный контроль, контроль прибыльности. Бенчмаркинг. 25. Внешний и внутренний аудит маркетинга в проектном управлении, его преимущества и недостатки.	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	
*8. Управление товаром на различных этапах жизненного цикла. 9. Управление конкурентоспособностью товара в проектном управлении 10. Основные решения в марочной политике. 11. Внешний и внутренний анализ товарного ассортимента. 12.	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	

<p>Понятие цены на корпоративном и маркетинговом уровнях. 13. Место и роль цены в получении прибыли от реализации проекта. 14. Стратегии ценообразования в проектном управлении: дифференцированное ценообразование, конкурентное ценообразование, ассортиментное ценообразование, географическое ценообразование, стимулирующее ценообразование. Установление цен на товары в рамках ассортимента. Установление цен на товары, поставляемые за рубеж. 15. Цель и задачи распределительной политики в маркетинге. Критерии выбора прямых и косвенных каналов распределения. 16. Процесс коммуникаций в маркетинге. Управление коммуникациями как средством формирования реакции потребителей.</p>					
<p>*3. Цель сегментации в проектном управлении, переменные сегментации, методы сегментации 4. Оценка и выбор целевых сегментов 5. Стратегии охвата целевых сегментов. 6. Конкурентный анализ рынка проектного продукта. Оценка конкурентоспособности организации. 7. Позиционирование нового товара. Репозиционирование.</p>	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	
<p>*1. Понятие управления маркетингом проекта. Концепции управления маркетингом, их эволюция. 2.</p>	ПК-17	Теоретический	Конструктивный	[В] Понятия	

Портфельный подход к выработке стратегических маркетинговых решений в проектном управлении: матрица БКГ, матрица Джи-И-Маккензи.					
--	--	--	--	--	--

## **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 прошел 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.