МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности
_____ В.Г. Шубаева
«24» мая 2023 г.

# *Маркетинг в индустрии туризма*

# Рабочая программа дисциплины

| | |
|---|---|
| Направление подготовки/ *Специальность* | *43.03.02 Туризм* |
| Направленность (профиль) программы/ *Специализация* | *Организация и управление в индустрии туризма* |
| Уровень высшего образования | *Бакалавриат* |
| Форма обучения | *очная* |
| Год набора | *2023* |

Составитель*(и)*:

к.э.н, Кисаева Виолетта Владиславовна
д.э.н, Песоцкая Елена Владимировна

| | | |
|---|---|---|
| Часов по учебному плану | 144 | **Виды контроля в семестрах:** |
| в том числе: | | |
| контактная работа | 48 | Экзамен: семестр 3 |
| самостоятельная работа | 60 | |
| практическая подготовка | 0 | |
| часов на контроль | 36 | |

**Распределение часов дисциплины:**

| Семестр: | 3 |
|---|---|
| Вид занятий | Часы |
| Лекционные занятия | 20 |
| Практические занятия | 28 |
| Лабораторные работы | |
| **Итого аудиторных часов** | **48** |
| Самостоятельная работа | 60 |
| Часы на контроль | 36 |
| **Итого академических часов** | **144** |
| **Общая трудоемкость в зачетных единицах** | **4** |

Санкт-Петербург
2023

# СОДЕРЖАНИЕ

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** ..... 3

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ** ..... 3

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ** ..... 3

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*** ..... 4

**5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** ..... 6

**5.1 Рекомендуемая литература** ..... 6

**5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства** ..... 6

**5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)** ..... 7

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** ..... 7

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ** ..... 8

**8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ** ..... 9

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ** ..... 11

**1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации** ..... 11

**1.2 Темы письменных работ** ..... 11

**1.3 Контрольные точки** ..... 11

**1.4 Другие объекты оценивания** ..... 12

**1.5 Самостоятельная работа обучающегося** ..... 12

**1.6 Шкала оценивания результата** ..... 12

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|---|---|
| **Цель:** | Формирование у студентов комплексного представления о маркетинге в организациях туристской индустрии; ознакомление со спецификой туристской услуги как формы рыночного предложения и методическим инструментарием по реализации маркетинговой деятельности организации, а также усвоение практических профессиональных навыков по основным направлениям маркетинга предприятий туристской индустрии. |

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.О Маркетинг в индустрии туризма относится к обязательной части Блока 1.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| **Код и наименование компетенции выпускника** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Планируемые результаты обучения по дисциплине** |
|---|---|---|
| ОПК-4 - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта | ОПК-4.2 - Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно телекоммуникационной сети Интернет | Знать: маркетинговую среду организации индустрии туризма; маркетинг-микс организации индустрии туризма; сегментацию туристского рынка; теоретические аспекты продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик организации индустрии туризма; конкурентные процессы на рынке туристских услуг; основы проведения маркетинговых исследований для туристской организации.<br><br>Уметь: осуществлять маркетинговое исследование туристского рынка; определять каналы сбыта туристских продуктов и услуг организации индустрии туризма с учетом современной реальности; определять каналы продвижения информации об организации индустрии туризма, ее туристских продуктах и услугах, в том числе используя возможности информационно-коммуникационной сети Интернет.<br><br>Владеть: навыками определения каналов сбыта туристских продуктов и услуг организации индустрии туризма; навыками определения каналов продвижения туристских продуктов и услуг организации индустрии туризма в том числе в информационно-коммуникационной сети Интернет. |
| ОПК-3 - Способен обеспечивать требуемое | ОПК-3.2 - Оценивает качество оказания | Знать: социально-экономическую сущность туристской услуги; теоретические аспекты |

| | | |
|---|---|---|
| качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности | туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон | организации маркетинговой деятельности в организации индустрии туризма; маркетинговые подходы к качеству туристской услуги; основы проведения маркетинговых исследований для туристской организации.<br><br>Уметь: проводить сегментацию туристского рынка; использовать инструменты проведения маркетинговых исследований в том числе для оценки качества туристских услуг; проводить исследование конкурентов и потребителей туристских услуг.<br><br>Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований конкурентов и потребителей организации туристской индустрии, в том числе с целью оценки качества оказания туристских услуг. |

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

| **Номер и наименование тем и/или разделов/тем** | **Содержание дисциплины** | **Объем дисциплины (академические часы)** | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | **Контактная работа** | | | **СРО** |
| | | **ЗЛТ** | **ПЗ** | **ЛР** | |
| **Раздел I. Особенности комплексной маркетинговой деятельности организации индустрии туризма** | | | | | |
| Тема 1. Социально-экономическая сущность туристской услуги | Туристская услуга как форма рыночного предложения: социально – экономическая сущность, особенности, способы формирования. Классификация туристских услуг. Специфика рынка туристских услуг. Взаимосвязи субъектов рынка туристских услуг, теоретические основы и ключевые понятия маркетинга туристских услуг. Этапы развития маркетинга и современные маркетинговые концепции. | 1 | | | 4 |
| Тема 2. Маркетинговая среда организации индустрии туризма | Маркетинговая среда организации индустрии туризма. Маркетинговая среда предприятий и организаций индустрии туризма. Критерии дифференциации маркетинговой среды. Внешняя и внутренняя среда организации туристской индустрии. | 2 | 1 | | 4 |
| Тема 3. Маркетинг-микс организации индустрии туризма | Комплекс маркетинга и особенности его формирования в организациях и предприятиях индустрии туризма. Взаимосвязь продуктовой, сбытовой, ценовой и коммуникативных политик предприятия индустрии туризма. Принципы их целевой ориентации. | 2 | 4 | | 6 |
| Тема 4. Продуктовая политика организации индустрии туризма | Продуктовая и ассортиментная политика: сущность и содержание. Методы формирования туристского предложения: маркетинговый подход. Экономическая сущность ассортимента. Управление структурой ассортимента. Основные этапы разработки и внедрения нового туристского продукта (туристской услуги) на рынок. | 2 | 2 | | 6 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Тема 5. Ценовая политика организации индустрии туризма | Сущность и функции цены как экономической категории. Методы ценообразования. Особенности ценообразования в туристской индустрии. Ценовые стратегии. | 2 | 2 | | 4 |
| Тема 6. Сбытовая политика организации индустрии туризма | Место и роль сбыта в структуре маркетинговых задач. Основные каналы сбыта организации индустрии туризма и продвижения (в том числе в сети Интернет), и методы их формирования. Стратегии сбыта и реализации туристских продуктов и услуг. | 2 | 1 | | 4 |
| Тема 7. Коммуникационная политика организации индустрии туризма | Сущность маркетинговых коммуникаций. Коммуникативная политика предприятия индустрии туризма: сущность, специфика и методы реализации. Реклама туристских услуг. Разработка коммуникационной стратегии. | 2 | 2 | | 6 |
| Тема 8. Организация и управление маркетингом в организации индустрии туризма | Маркетинговая стратегия в организациях туристской индустрии. Построение дерева целей организации туристской индустрии: маркетинговый подход. Инновационная составляющая в маркетинге туристской индустрии. Управление инновациями. Реализация принципа перманентности инноваций. Источники инновационных идей в туристской индустрии. Организация и управление маркетинговой деятельностью организации туристской индустрии. Организационные структуры маркетинговой службы организации индустрии туризма. | 1 | 3 | | 6 |
| **Раздел II. Маркетинговые исследования в сфере туризма** | | | | | |
| Тема 9. Маркетинговые исследования в сфере туризма | Маркетинговые исследования: цели, задачи, принципы и методы, особенности реализации в туристской индустрии. Методы проведения маркетинговых исследований туристских услуг, принципы их информационного обеспечения. Этапы маркетингового исследования. Маркетинговые подходы к определению качества туристских услуг. Методы проведения первичных маркетинговых исследований в индустрии туризма. Информационное обеспечение маркетинговых исследований, методы использования вторичной информации при исследовании потребителей, конкурентов и других субъектов маркетинговой среды. Источники маркетинговой информации, инструменты анализа информации. Разработка баз данных для анализа деятельности предприятий индустрии туризма. | 2 | 6 | | 8 |
| Тема 10. Сегментация рынка туристских услуг. Критерии сегментации. Выбор целевого сегмента рынка туристских услуг. | Сегментация потребителей организаций туристской индустрии. Критерии сегментации потребителей организаций туристской индустрии. Идентификация потребителей целевого сегмента и определение спроса на туристские услуги. Анализ емкости рынка туристских услуг и структуры спроса. | 2 | 4 | | 6 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Тема 11. Конкурентные процессы на рынке туристских услуг | Особенности конкурентных процессов в туристской индустрии. Анализ и оценка конкурентных позиций и конкурентоспособности предприятий и организаций индустрии туризма. Качество и конкурентоспособность туристских продуктов. Методы оценки качества. Формирование и развитие конкурентных преимуществ предприятий и организаций индустрии туризма. Конкурентный потенциал в составе ресурсного потенциала предприятия индустрии туризма. | 2 | 3 | | 6 |
| **Контроль:** | | | | | **36** |
| **Всего по дисциплине:** | | **20** | **28** | **0** | **60** |

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

# 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 5.1 Рекомендуемая литература

| **Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)** | **Электронные ресурсы** |
|---|---|
| Коль О.Д. Маркетинг в туристской индустрии : Учебник и практикум / Коль О. Д. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2019 .— 355 с. | https://www.urait.ru/bcode/433487 |
| Дурович А.П. Маркетинг в туризме : Учебное пособие : ВО - Бакалавриат .— 1 .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015 .— 316 с. | https://znanium.com/catalog/document?id=400300 |
| Азоев Г.Л., Алешникова В.И., Токарев Б.Е. [ и др.] Маркетинг: освоение профессии: Учебник для вузов/ Под ред. Г.Л.Азоева. - СПб.: Питер, 2020. - 544 с.: ил. - (Серия "Учебник для вузов") | https://znanium.com/catalog/do ... amp;ysclid=lbqhptsr6t512499371 |
| Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : Учебник для студентов вузов : ВО - Бакалавриат .— 4, перераб. и доп. — Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017 .— 1071 с. | https://znanium.com/catalog/document?pid=1028517 |

## 5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- ОС Альт образование 10
- LibreOffice

## 5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

| № | Наименование СПБД/ ИСС |
|---|---|
| 1. | Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru |
| 2. | Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru |
| 3. | Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru |
| 4. | База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com |
| 5. | База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary www.oecd-ilibrary.org |
| 6. | Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru) |
| 7. | Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru) |
| 8. | Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru) |
| 9. | Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru |
| 10. | Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru |
| 11. | Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com |
| 12. | Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

| Наименование учебных аудиторий, перечень | Адрес (местоположение) учебных аудиторий |
|---|---|
| Ауд. 206 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным | 190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, |

| | |
|---|---|
| комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 40 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая -1 шт., стол - 2шт., тумба - 1шт., Компьютер Intel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Акустическая система JBL CONTROL 25 WH - 2 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Экран с электропривод.160x210 см - 1 шт., Звуковой микшер усилитель JDM TA-1120 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия. | 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А |
| Ауд. 401 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных места; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт.Компьютер Intel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Проектор Nec M350 X мультимедийный - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия. | 190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А |
| Ауд. 509А Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 48 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт.Компьютер I5-7400/8Gb/1Tb/ DELL S2218H - 19 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия. | 190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А |

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

– учебно-методической документацией;

– локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;

– графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

## 8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

## 1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации

1 Туристская услуга как форма рыночного предложения: сущность, особенности, способы формирования.
2 Особенности маркетинга в туристской индустрии.
3 Классификация туристских услуг. Специфика рынка туристских услуг.
4 Маркетинговая среда туристской организации. Критерии дифференциации маркетинговой среды.
5 Маркетинговые исследования: принципы и методы, особенности реализации в сфере туризм.
6 Сегментация потребителей туристских услуг, признаки сегментации.
7 Целевой сегмент и методы его определения.
8 Анализ емкости туристского рынка и структуры спроса.
9 Информационное обеспечение маркетинговых исследований.
10 Комплекс маркетинга и особенности его формирования в организациях индустрии туризма.
11 Продуктовая политика и методы формирования ассортимента туристских услуг.
12 Особенности ценообразования в туристской индустрии.
13 Формирование ценовой стратегии.
14 Основные каналы продвижения туристских услуг и методы их формирования.
15 Стратегии сбыта и реализации туристских услуг, основные каналы и методы их распределения.
16 Коммуникационная политика организации индустрии туризма, ее специфика и методы реализации.
17 Реклама туристских услуг.
18 Маркетинговые стратегии в организациях индустрии туризма.
19 Маркетинговые инновации в туристской индустрии.
20 Организация и управление маркетинговой деятельностью в организации индустрии туризма.
21 Организационная структура маркетинговой службы организации индустрии туризма.
22 Маркетинговые подходы к определению понятия «качество» туристской услуги".
23 Методы оценки качества оказания туристских услуг.
24 Конкурентные процессы в туристской индустрии, определение конкурентной позиции организации индустрии туризма.
25 Оценка конкурентоспособности организации индустрии туризма.
26 Оценка удовлетворенности потребителей услугами предприятий туристкой индустрии.

## 1.2 Темы письменных работ

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

## 1.3 Контрольные точки

| Номер контрольной точки | Тип контрольной точки | Способ проведения | Номера тем |
|---|---|---|---|
| 1 | Информационно-аналитическая работа | с помощью технических средств и информационных систем | 9 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2 | Защита результатов исследования | с помощью технических средств и информационных систем | 9,10 |
| 3 | Текущий контроль | с помощью технических средств и информационных систем | 1-8,11 |

## 1.4 Другие объекты оценивания

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

## 1.5 Самостоятельная работа обучающегося

| Наименования самостоятельной работы | Номера тем |
|---|---|
| Подготовка к лекционным и практическим занятиям | 1-11 |
| Подготовка сообщений, докладов | 1,6,7,8 |
| Подготовка к экзамену | 1-11 |

## 1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.
Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

| Баллы | Оценка |
|---|---|
| <=54 | неудовлетворительно |
| 55-69 | удовлетворительно |
| 70-84 | хорошо |
| >=85 | отлично |

**Шкала оценивания результата**

| | |
|---|---|
| 2 (балл до 54) | Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены.<br>Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат. |
| 3 (балл 55-69) | Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены.<br>Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал |

| | |
|---|---|
| | понятен и носит целостный характер. |
| 4 (балл 70-84) | Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.<br>Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения. |
| 5 (балл 85-100) | Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.<br>Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины.<br>Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход. |