

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 30.01.2025 04:50:02
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет производственного менеджмента и маркетинга
Кафедра Маркетинга и логистики

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

_____ Л.Н. Костина

25.03.2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.26 **"Концепции современного маркетинга"**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль "Маркетинг"

Квалификация	<i>академический бакалавр</i>
Форма обучения	<i>заочная</i>
Общая трудоемкость	<i>4 ЗЕТ</i>
Год начала подготовки по учебному плану	<i>2021</i>

Составитель(и):

канд. ист. наук, доцент

_____ С.А.Барышников

, ассист.

_____ О.В. Макарова

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент

_____ Лунина В.Ю.

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Концепции современного маркетинга" разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль "Маркетинг", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 25.03.2021 протокол № 8/4.

Срок действия программы: 20212025

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от 25.03.2021 № 8/4

Заведующий кафедрой:

д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2022 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2023 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины - формирование основных компетенций организационно – управленческого и аналитического характера будущего высококвалифицированного специалиста, владеющего теоретическими знаниями об управлении подразделениями, группами (командами) сотрудников, формировании стратегий развития организаций и их отдельных подразделений в области маркетинга, обладающего устойчивыми навыками анализа, контроля, управления и обоснования усовершенствования форм маркетинговой деятельности.

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Задачи учебной дисциплины:

- рассмотреть методологические основы и практику маркетинга как комплексного подхода к управлению производством и реализации продукции на рынках с учётом спроса и требований потребителей;
- выработать умения и навыки практического применения моделей и инструментов современного маркетинга;
- использовать полученные знания для повышения эффективности деятельности предприятий и организаций.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В

1.3.1. Дисциплина "Концепции современного маркетинга" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

История управленческой мысли

Основы научных исследований

Теоретические основы маркетинга

1.3.2. Дисциплина "Концепции современного маркетинга" выступает опорой для следующих элементов:

Поведение потребителей

Маркетинг закупок

Маркетинг услуг

В результате освоения дисциплины "Концепции современного маркетинга" обучающийся

3.1 Знать:

основы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;

понятие и виды производственных процессов;

принципы организации производственного процесса;

сущность производственной структуры предприятия;

особенности производственной мощности предприятия при внедрении технологических, продуктовых инноваций и организационных изменений;

сущность бизнес-планирования в социальном предпринимательстве, методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами при разработке и реализации бизнес-планов проектов социального предпринимательства;

методические подходы к процедурам подготовки и принятия решений организационноуправленческого характера, порядок поведения в нестандартных ситуациях

3.2 Уметь:

документально оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;

различать виды производственных процессов;

принципы организации производственного процесса;

анализировать производственной структуры предприятия;

особенности производственной мощности предприятия при внедрении технологических, продуктовых инноваций и организационных изменений, координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в определенных сферах деятельности организации для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;

использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления процессом бизнес-планирования проектов социального предпринимательства, готовить аналитические материалы по результатам их применения;

	использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления процессом бизнес-планирования проектов социального предпринимательства, готовить аналитические материалы по результатам их применения
3.3 Владеть:	
	навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной деятельностью организаций; видами производственных процессов;
	принципами организации производственного процесса;
	навыками анализа производственной структуры предприятия;
	особенностями производственной мощности предприятия при внедрении технологических, продуктовых инноваций и организационных изменений;
	навыками поэтапного контроля реализации бизнеспланов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в определенных сферах деятельности организации для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;
	навыками применения методов экономического и стратегического анализа, поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в процессе разработки и реализации мероприятий социального маркетинга и рекламы на рынке услуг социального предпринимательства;
	навыками разработки организационно управленческих решений, анализа возможных последствий, оценки эффективности принятых решений.
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
Промежуточная аттестация	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Концепции современного маркетинга" видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Концепции современного маркетинга" составляет 4 зачётные единицы, 144 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Эволюция теории маркетинга и его основные принципы						
Тема 1.1. Концептуальные положения теории маркетинга /Лек/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
Тема 1.1. Концептуальные положения теории маркетинга /Сем зан/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	

Тема 1.1. Концептуальные положения теории маркетинга /Ср/	2	32		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
Раздел 2. Современные проблемы маркетинга и пути их разрешения						
Тема 2.1. Маркетинг и современное общество /Лек/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
Тема 2.1. Маркетинг и современное общество /Сем зан/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
Тема 2.1. Маркетинг и современное общество /Ср/	2	32		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
Раздел 3. Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций						
Тема 3.1. Концепция CSRP «CUSTOMER SYNCHRONIZED RESOURCE PLANNING» (синхронное с клиентом планирование ресурсов). /Лек/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
Тема 3.1. Концепция CSRP «CUSTOMER SYNCHRONIZED RESOURCE PLANNING» (синхронное с клиентом планирование ресурсов). /Сем зан/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
Тема 3.1. Концепция CSRP «CUSTOMER SYNCHRONIZED RESOURCE PLANNING» (синхронное с клиентом планирование ресурсов). /Ср/	2	32		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
Тема 3.2. Политика продвижения в системе маркетинга /Лек/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
Тема 3.2. Политика продвижения в системе маркетинга /Сем зан/	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
Тема 3.2. Политика продвижения в системе маркетинга /Ср/	2	32		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	

Тема 3.2. Политика продвижения в системе маркетинга /Конс/	2	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1	0	
--	---	---	--	--	---	--

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>Образовательные технологии: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа обучающихся по выполнению различных видов заданий.</p> <p>Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «PowerPoint». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д.</p> <p>В ходе лекции предусмотрена обратная связь с обучающимися, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.</p> <p>При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на вопросы.</p>
--

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Цветкова, Е. А.	Основные концепции экономики. История экономических учений: практикум (56 с.)	Москва : Московский педагогический государственный университет, 2019
Л1.2	Кафидов, В. В.	Современные концепции управления: учебник (442 с.)	Москва : Креативная экономика, 2020
Л1.3	Кафидов, В. В.	Современные концепции управления : учебник (442 с.)	Москва : Креативная экономика, 2020
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	О. Н. Баркалова, С. А. Барышников	Концепции современного маркетинга: конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (176 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	В.Ю. Лунина, О.В. Макарова, А.Ю. Стрижакова	Концепции современного маркетинга: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для студентов 2 курса ОП бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») всех форм обучения (38)	Донецк: ДонАУиГС, 2024
Л3.2	В.Ю. Лунина, О.В. Макарова	Концепции современного маркетинга: конспект лекций для студентов 1 курса ОП бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной/заочной форм обучения (117 с.)	Донецк: ДонАУиГС, 2022
4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			

Э1	Основы современного маркетинга Шевченко Д. А.	https://e.lanbook.ru/book/229598
4.3. Перечень программного обеспечения		
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:		
Перечень информационных технологий (при необходимости)		
<ul style="list-style-type: none"> – компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации; – электронные презентации; – электронный курс лекций; – электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь Vebinar.ru – для взаимодействия с обучающимися; – дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle; – Skype и Vebinar.ru используется для проведения дистанционного обучения и консультаций; – электронные библиотечные ресурсы ГОУ ВПО «ДонАУиГС». 		
Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle.		
4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы		
Электронный каталог изданий ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" - http://unilib.dsum.internal/		
Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - http://www.lib-dpr.ru/		
Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - https://cyberleninka.ru/		
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - http://elibrary.ru/defaultx.asp		
Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) –		
http://www.ipr-ras.ru/libr.htm		
4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины		
Перечень информационных справочных систем (при необходимости)		
<ul style="list-style-type: none"> – компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации; – электронные презентации; – электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь для взаимодействия с обучающимися; – дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle; – Skype используется для проведения дистанционного обучения и консультаций; – электронные библиотечные ресурсы ГОУ ВПО «ДонАУиГС». 		
Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle.		

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания	
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.	<p>Природа и роль макро- и микромаркетинга.</p> <p>Характеристика сбытовой концепции маркетинга.</p> <p>Характеристика концепции социально-этичного маркетинга.</p> <p>Характеристика маркетинга партнерских отношений.</p> <p>Характер взаимодействия областей знаний «психология» и «маркетинг».</p> <p>Применение маркетинговых стратегий с учетом различий в национальных традициях.</p> <p>Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций: латеральный маркетинг.</p> <p>Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций: вирусный маркетинг.</p> <p>Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций: партизанский маркетинг.</p> <p>Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций: аромамаркетинг.</p>
5.2. Темы письменных работ	
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.	<p>Возможности использования различных концепций маркетинга в современном бизнесе</p> <p>Маркетинг макро -микроуровня: проблемы и перспективы.</p> <p>Реальность и возможности использования маркетингового подхода государственными учреждениями и организациями</p> <p>Психологические составляющие маркетинга как вида практической деятельности.</p> <p>Применение маркетинговых стратегий с учетом различных национальных традиций, специфической социальной и этнической психологии людей.</p> <p>Латеральный маркетинг в деятельности конкретной организации.</p> <p>Партизанский маркетинг: возможности применения.</p> <p>Вирусный маркетинг: практический подход</p>
5.3. Фонд оценочных средств	
Фонд оценочных средств дисциплины "Концепции современного маркетинга" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".	
Фонд оценочных средств дисциплины "Концепции современного маркетинга" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.	

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы студента на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендации, предлагаемые оказывают методическую помощь при самостоятельном изучении дисциплины. Рекомендуется такая последовательность: ознакомиться с содержанием рабочей программы учебной дисциплины; изучить и законспектировать соответствующие темы рекомендуемой литературы. Кроме того, целесообразно ознакомиться с новыми статьями специальных журналов и сборников.

Учитывая тот факт, что изучение дисциплины предусматривает кропотливую работу и содержательное обсуждение вопросов на семинарских занятиях, именно во время самостоятельной работы студент углубляет понимание проблем, активизирует самостоятельный поиск, систематизирует накопленный опыт аналитико-синтетической работы, закладывает основы качественной подготовки докладов, сообщений, рефератов, как по собственным интересам, так и по заданию преподавателя.

Обязательной формой индивидуальной работы является подготовка студентом 2 и более рефератов или презентаций (по одному из двух разделов, предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины), согласно перечню тем индивидуальных работ, с последующим докладом на семинаре.

Руководить выполнением индивидуальной работы, проверять и оценивать ее будет руководитель семинарских занятий.

Реферат (от лат. *referrer* – докладывать, сообщать) – краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Содержание реферата включает в себя:

1. Титульный лист оформляется в соответствии с требованиями к научным работам;
2. Содержание/оглавление дает представление о логике и структуре работы;
3. Введение должно содержать обоснование значимости проблемы или опасности игнорирования данной темы в обществе и семье. Введение включает в себя формулировку цели, задач работы, описание актуальности и практической значимости проблемы, теоретический обзор выбранной темы с указанием степени ее разработанности на современном этапе;
4. Основная часть должна содержать раскрытие темы работы и может делиться на разделы/главы, подразделы, согласно логике исследуемой темы и объему представленного материала;
5. Заключительная часть должна включать выводы, к которым пришел автор в результате исследования, а также самоанализ в виде описания трудностей, возникших при исследовании выбранной тематики;
6. Список использованной литературы оформляется в соответствии с требованиями к научным работам и должен составлять не менее 8-10 наименований;
7. Работа может содержать словарь/гlossарий и приложения.

Помимо четко изложенного и структурированного материала, обязательно наличие выводов по каждому параграфу и общих по всей работе. Цитирование работ отдельных авторов необходимо приводить со ссылкой на источники их опубликования, что приводятся в конце работы в списке использованной литературы. Объем реферата должен составлять 15-20 страниц печатного текста через 1,5 интервала, 14 шрифтом Times New Roman, параметры полей страницы: левое – 30 мм, верхнее, нижнее, правое – 20 мм, отступ абзаца – 1,25 см. Доклад реферата в виде мультимедийной презентации представляется в виде основных тезисов на 5-7 минут по результатам исследованной в реферате темы с демонстрацией иллюстративного и/или наглядного материала.

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках курса:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с вопросами для самопроверки;
5. Выполнение контрольных работ.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой ГОУ ВПО «ДонАУиГС», которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету с оценкой

При подготовке к зачёту с оценкой студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачёт с оценкой.