

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 10.06.2026 10:10:04
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.20 Контроллинг маркетинговых систем

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Маркетинг

(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2025

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Ягнюк Ирина Ми , канд. экон. наук, доцент, доцент кафедр
маркетинга и логистики

аведую и кафедро :

Попова Там на Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведую и
кафедро маркетинга и логистики

Рабочая программа дисциплины Б1.В.20 Контроллинг маркетинговых систем
одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого института
управления – филиала РАНХиГС.

протокол № 1 от «05» ноября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
подготовка обучающихся к принятию управленческих решений в области маркетинга и управления, направленных на удовлетворение потребностей потребителей в условиях модернизации организационных и информационных структур, вызванных необходимостью решения как краткосрочных, так и долгосрочных проблем развития предприятий и организаций.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
<ul style="list-style-type: none"> – сформировать знания о подходах контроллинга в системе менеджмента и продукции в организации; - овладеть приемами и навыками оценки состояния организации с точки зрения контроллинга маркетинговых систем; - овладеть механизмом организации контроллинга маркетинговых систем в организации; - дать представление обучающимся о состоянии, проблемах и перспективах применения контроллинга в хозяйственной деятельности предприятий; - научить анализировать различные варианты управленческих решений с точки зрения их организационно-экономической эффективности. 	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В
<i>1.3.1. Дисциплина "Контроллинг маркетинговых систем" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Методы принятия управленческих решений	
Управление жизненным циклом продукта	
<i>1.3.2. Дисциплина "Контроллинг маркетинговых систем" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Методика написания выпускной квалификационной работы	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-1.3: правяет реали ацией стратегии пр ви ения, в т м исле в сети интернет</i>	
Знать:	
Уровень 1	сущность, функции и виды контроллинга; основы стратегического управления маркетинговыми системами;
Уровень 2	основы оперативного управления маркетинговыми системами; понятие аудита маркетинговых систем; системы показателей маркетинга; инструментарий стратегического и оперативного контроллинга;
Уровень 3	инструментарий стратегического и оперативного контроллинга маркетинговых систем для дальнейшей разработки управленческих решений
Уметь:	
Уровень 1	использовать системы показателей в маркетинге;
Уровень 2	разрабатывать стратегические решения, касающиеся контроллинга маркетинговых систем;
Уровень 3	обосновывать управленческие решения на основе проведенного анализа
Владеть:	
Уровень 1	системами показателей маркетинга в практической деятельности; методами стратегического и оперативного контроллинга;
Уровень 2	методами обработки полученной в результате анализа информации;
Уровень 3	интерпретировать полученную информацию для принятия управленческих решений, направленных на обеспечение конкурентоспособности хозяйствующего субъекта
<i>В результате освоения дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" обучающийся</i>	
3.1	Знать:
	сущность, функции и виды контроллинга; основы стратегического управления маркетинговыми системами; основы оперативного управления маркетинговыми системами; понятие аудита маркетинговых систем; системы показателей маркетинга; инструментарий стратегического и оперативного контроллинга; инструментарий стратегического и оперативного контроллинга маркетинговых систем для дальнейшей разработки управленческих решений

3.2	Уметь:
	использовать системы показателей в маркетинге; разрабатывать стратегические решения, касающиеся контроллинга маркетинговых систем; обосновывать управленческие решения на основе проведенного анализа
3.3	Владеть:
	системами показателей маркетинга в практической деятельности; методами стратегического и оперативного контроллинга; методами обработки полученной в результате анализа информации; интерпретировать полученную информацию для принятия управленческих решений, направленных на обеспечение конкурентоспособности хозяйствующего субъекта
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 "Контроллинг маркетинговых систем" видом промежуточной аттестации является Экзамен	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" 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. Теоретические основы контроллинга						
Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга /Лек/	7	4	П -1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга /Сем зан/	7	4	П -1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга /Ср/	7	11	П -1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Структура и виды контроллинга /Лек/	7	2	П -1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	

				Э1 Э2 Э3		
Тема 1.2. Структура и виды контроллинга /Сем зан/	7	2	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Структура и виды контроллинга /Ср/	7	7	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 2. Механизм осуществления маркетингового контроллинга						
Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга /Лек/	7	4	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга /Сем зан/	7	4	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга /Ср/	7	7	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Аудит в системе маркетинга /Лек/	7	4	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Аудит в системе маркетинга /Сем зан/	7	4	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Аудит в системе маркетинга /Ср/	7	7	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга /Лек/	7	4	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга /Сем зан/	7	4	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга /Ср/	7	7	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1	0	

				Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3		
Раздел 3. Инструменты контроллинга						
Тема 3.1. Инструменты оперативного контроллинга /Лек/	7	4	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Инструменты оперативного контроллинга /Сем зан/	7	4	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Инструменты оперативного контроллинга /Ср/	7	10	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Инструменты оперативного контроллинга /Лек/	7	6	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Инструменты оперативного контроллинга /Сем зан/	7	6	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Инструменты оперативного контроллинга /Ср/	7	10	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Консультация /Катгэ / /	7	2/9/18	<i>П -1.3</i>	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1 В процессе освоения дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

3.2 В процессе освоения дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). 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. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеороликов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, 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 проблемные вопросы.

3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

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

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	И.М. Ягнюк	Контроллинг маркетинговых систем: конспект лекций для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (135 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2022
Л1.2	Рыжикова Тамара Николаевна	Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг: Учебное пособие (225 с.)	НИЦ ИНФРА-М, 2023
Л1.3	Серебрякова Татьяна Юрьевна, Бирюкова Ольга Александровна	Внутренний контроль и контроллинг: Учебное пособие (238 с.)	НИЦ ИНФРА-М, 2024
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	В. Ю. Лунина, В. Е. Малиненко, В. Н. Ардастьева	Маркетинг услуг: учебно-методическое пособие для обучающихся 3 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (125 с.)	ГОУ ВПО "ДОГАУИГС", 2020
Л2.2	Л. С. Латышова, Е. Суворова, Н. Б. Сафронова [и др.] ; под редакцией Л. С. Латышовой	Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учебное пособие (150 с.)	Москва : Дашков и К, 2023
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	И.М. Ягнюк	Контроллинг маркетинговых систем: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (35 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2022
Л3.2	И.М. Ягнюк	Контроллинг маркетинговых систем: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (38 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2022
4.2. Перечень ресурсов			
информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	https://cyberleninka.ru/	
Э2	ЭБС «ЛАНЬ»	https://e.lanbook.com	

ЭЗ	ЭБС «ЗНАНИУМ»	https://znanium.ru
4.3. Перечень программного обеспечения		
<p>Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.) - 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License) - AIMP (лицензия LGPL v.2.1) - STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use) - GIMP (лицензия GNU General Public License) - Inkscape (лицензия GNU General Public License). 		
4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы		
<p>Электронный каталог изданий - 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 Электронная библиотечная система "Лань" - https://e.lanbook.com/</p>		
4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины		
<p>Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий: рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.</p>		

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания
<p>Вопросы к экзамену</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность контроллинга как системы управления. 2. Причины, послужившие возникновению контроллинга. 3. Назовите компоненты современной концепции контроллинга. 4. Основная цель контроллинга как концепции управления. 5. Основные функции контроллинга. 6. Основные задачи контроллинга по видам управленческой деятельности. 7. Факторы, влияющие на объем реализуемых на предприятии функций контроллинга. 8. История становления контроллинга как системы управления. 9. Основные концепции контроллинга. 10. Структура разделов контроллинга. Назовите основное отличие контроля от контроллинга. 11. Назовите объекты контроллинга. 12. Виды контроллинга. 13. Дайте определение маркетинг-контроллинга. 14. Основные цели маркетинг-контроллинга. 15. Основные направления маркетинг-контроллинга. 16. Основные направления деятельности контроллера в сфере маркетинговой деятельности. 17. Основные типы маркетинг-контроллинга и их содержание. 18. Цели стратегического маркетинг-контроллинга. 19. Этапы стратегического маркетинг-контроллинга и их характеристика. 20. Задачи оперативного маркетинг-контроллинга по основным разделам маркетинг-микса. 21. Направления контроллинга товарной политики. 22. Направления контроллинга ценовой политики. 23. Направления и задачи перед маркетинг-контроллингом в сбытовой политике. 24. Основные задачи, стоящие перед маркетинг-контроллингом в области коммуникативной политики. 25. Определение маркетинг-аудита и покажите его место в системе маркетинг-контроллинга. 26. Схемы маркетинг-аудита, их содержание. 27. Понятие «единое информационное пространство». 28. Суть системы поддержки принятия решений (СППР) и основная цель. 29. Охарактеризуйте основные варианты организационного построения службы контроллинга. Выделите преимущества и недостатки этих вариантов.

30. Факторы, влияющие на построение автоматизированных информационных систем.
31. Методы и инструменты анализа, применяемые в стратегическом контроллинге.
32. Методы исследования и анализа, применяемые в оперативном контроллинге.
33. От каких факторов зависит объем реализуемых на предприятии функций контроллинга?
34. Выделите основные исторические вехи становления контроллинга как системы управления.
35. Назовите основные схемы маркетинг-аудита, раскройте их содержание.

5.2. Темы письменных работ

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ)

1. Подходы к определению контроллинга в разных странах мира.
2. Связь контроллинга с прикладными и фундаментальными науками.
3. История развития контроллинга.
4. Предмет и содержание контроллинга.
5. Функции и задачи контроллинга.
6. Методы и инструменты контроллинга.
7. Основные показатели бюджетов и их характеристика.
8. Разработка планов и стратегии на основе бюджетов.
9. Достоинства и недостатки бюджетирования в системе оперативного контроллинга.
10. Производство как объекты управления в системе стратегического контроллинга.
11. Содержание и задачи анализа производства в система тактического контроллинга.
12. Содержание и задачи анализа инфраструктуры в системе стратегического контроллинга.
13. Взаимосвязь издержек, затрат и расходов отчетного периода.
14. Управленческий учет в системе контроллинга.
15. Цели контроллинга.
16. Оперативный контроллинг.
17. Направления контроллинга.
18. Стратегический контроллинг.
19. Аналитические и учетные компьютерные программы.
20. Осуществление контроллинга с применением информационных технологий в разных странах.
21. Развитие информационных технологий контроллинга.
22. Особенности контроллинга инвестиционных проектов.
23. Критерии оценки инвестиционных проектов в контроллинге.
24. Анализ критериев оценки инвестиционных проектов с дисконтированием денежных потоков.
25. Анализ возможных формирований инвестиционного портфеля на основе контроллинговых исследований.
26. GAP – анализ: какова методика применения?
27. SWOT- анализ: какова методика применения?
28. Основная идея и принципы сбалансированной системы показателей.
29. Дерево целей, дерево проблем: принципы составления и применения.
30. Методы и способы классификации затрат, виды затрат. Методы выявления зависимости затрат от объема выпуска.
31. Понятие центров ответственности в контроллинге, их классификация
32. Управленческий учет и его задачи.
33. Классификация методов учета затрат, используемых в контроллинге. Достоинства и недостатки методов управленческого учета.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" разработан в соответствии с локальным нормативным актом

Фонд оценочных средств дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" 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

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

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися 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 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 изучения дисциплины:

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 тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение заданий по контролю знаний.

Рекомендуется с самого начала освоения учебного материала 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 обучающийся получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы имеют определенную специфику. При освоении материала обучающийся может пользоваться библиотекой которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контроля знаний по разделам

К контролю знаний по разделам необходимо готовиться путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации студентам по подготовке к итоговому контролю

При подготовке к итоговому контролю обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контроль знаний по разделам.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке и написанию индивидуального задания

Условием допуска к сдаче зачета по учебной дисциплине является написание и защита обучающимися

индивидуального задания по курсу.

Выполнение индивидуального задания дает возможность обучающемуся научиться самостоятельно работать с различными информационными источниками, глубже изучать основные вопросы учебной дисциплины, на практическом примере овладевать элементами логистической системы предприятия и на основании этого делать самостоятельные теоретические и практические выводы.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

При подготовке к экзамену обучающийся 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 экзамен.