Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 10.06.2026 10:10:45
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.21 Маркетинг закупок
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Маркетинг
(наименование образовательной программы)

Очно-заочная форма обучения
(форма обучения)

Год набора - 2025

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Лизогуб Римма Петровна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики

Рабочая программа дисциплины Б1.В.21 Маркетинг закупок 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

Целью освоения дисциплины является обучить студентов – будущих специалистов в области менеджмента творчески применять принципы и методы маркетинга и тем самым способствовать решению важнейших социально-экономических задач, закупочной деятельности предприятия, насыщению рынка товарами и услугами, удовлетворению потребностей в них, а более конкретно-успешной и прибыльной работе своего предприятия.

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение основных теоретических и методологических принципов современного маркетинга закупок;

рассмотрение современных интегрированных маркетинговых концепций и систем;

приобретение обучающимися знаний о занимаемом маркетингом закупок месте в общей системе предпринимательства, об экономических и организационных предпосылках развития закупочных центров предприятий;

овладение навыками реализации основных маркетинговых функций, обеспечения операционных функций предприятия.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В

1.3.1. Дисциплина "Маркетинг закупок" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Концепции современного маркетинга

Маркетинг

Логистика и управление цепями поставок

1.3.2. Дисциплина "Маркетинг закупок" выступает опорой для следующих элементов:

Бизнес-планирование

Стратегический маркетинг

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПК-2.1: Использует знания в области маркетинга и маркетинговых исследований при осуществлении профессиональной деятельности

Знать:

Уровень 1	методы и инструменты ммаркетингового исследования для определения потребности в закупках;
Уровень 2	факторы внешней среды, оказывающие влияние на маркетинг закупок;
Уровень 3	маркетинговые инструменты и технологий управления;

Уметь:

Уровень 1	применять методы и инструменты ммаркетингового исследования для определения потребности в закупках;
Уровень 2	проводить исследование рынка с целью оценки реакции покупателей на товар, цену, продвижение;
Уровень 3	применять маркетинговые инструменты и методы маркетингового исследования в маркетинге;

Владеть:

Уровень 1	аналитическими данными маркетинговых исследований в области закупок;
Уровень 2	методикой формирования предложений по совершенствованию закупок;
Уровень 3	приемами совершенствования ассортиментной политики организации для определения потребности в закупках и выявления факторов внешней среды, оказывающих влияние на маркетинг закупок;

В результате освоения дисциплины "Маркетинг закупок" обучающийся должен:

3.1	**Знать:**
	принципы создания потребительской ценности и основные законодательные и нормативные акты в области ценообразования, рекламы, проведения маркетинговых исследований; методы и инструменты ммаркетингового исследования для определения потребности в закупках;факторы внешней среды, оказывающие влияние на маркетинг закупок;маркетинговые инструменты и технологий управления.

3.2	**Уметь:**
	проводить исследование рынка с целью оценки реакции покупателей на товар, цену, продвижение; применять маркетинговые инструменты и методы маркетингового исследования в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг для определения потребности в закупках; оприменять методы и инструменты ммаркетингового исследования для определения потребности в закупках.
3.3	**Владеть:**
	аналитическими данными маркетинговых исследований в области закупок; методикой формирования предложений по совершенствованию закупок;способеностями организовать и участвовать в проведении маркетинговых исследований; приемами совершенствования ассортиментной политики организации для определения потребности в закупках и выявления факторов внешней среды, оказывающих влияние на маркетинг закупок; инструментами проектного управления и принципами, регулирующими закупочную деятельность организации

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 "Маркетинг закупок" видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Маркетинг закупок" 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	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Раздел 1. Сущность маркетинга закупок						
Тема 1.1 Сущность и содержание закупочной деятельности предприятия /Лек/	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.1 Сущность и содержание закупочной деятельности предприятия /Сем зан/	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.1 Сущность и содержание закупочной деятельности предприятия /Ср/	6	20	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1	0	
Тема 1.2. Маркетинговое управление закупочной деятельностью	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2	0	

предприятия /Лек/				Л3.3 Э1		
Тема 1.2. Маркетинговое управление закупочной деятельностью предприятия /Сем зан/	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1	0	
Тема 1.2. Маркетинговое управление закупочной деятельностью предприятия /Ср/	6	20	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Раздел 2. Раздел 2. Рынки и закупки						
Тема 2.1. Маркетинг промышленных закупок /Лек/	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1	0	
Тема 2.1 Маркетинг промышленных закупок /Сем зан/	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1	0	
Тема 2.1. Маркетинг промышленных закупок /Ср/	6	22	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1	0	
Тема 2.2. Модели покупательского поведения предприятий на промышленном рынке /Лек/	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Модели покупательского поведения предприятий на промышленном рынке /Сем зан/	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Модели покупательского поведения предприятий на промышленном рынке /Ср/	6	20	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Раздел 3. Раздел 3. Организация закупочной деятельности						
Тема 3.1. Организация закупочной деятельности /Лек/	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1	0	
Тема 3.1. Организация закупочной деятельности /Сем зан/	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2	0	

				Л3.3 Э1		
Тема 3.1. Организация закупочной деятельности /Ср/	6	18	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1	0	
ТТема 3.2. Инфраструктура товарного рынка закупок /Лек/	6	2	*ПК-2.1*	Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1	0	
Тема 3.2. Инфраструктура товарного рынка закупок /Сем зан/	6	2	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1	0	
Тема 3.2. Инфраструктура товарного рынка закупок /Ср/	6	14	*ПК-2.1*	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.3 Э1	0	
Конс/Каттэк	6	2/9	*ПК-2.1*	Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

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

3.2 В процессе освоения дисциплины "Маркетинг закупок" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». 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 видеофильмов. 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 , го д
		Л1 .1 Мар кетинг заку по к: у чебно -мето дическо е по со бие для о бу чающих ся 3 ку р са о бр азо вательно й пр о гр аммы бакалавр иата напр авления по дго то вки 3 8 .0 3 .0 2 Менеджмент (пр о филь "Мар кетинг")	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2024

	Авторы,	Заглавие	Издательство , го д

2 . До по лнительна я литера ту ра		Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Н. В. Агаркова, В. Е. Малиненко	Маркетинг : учебно-методическое пособие (323 с.)	Донецк : ДонАУиГС, 2017
Л2.2	Сабурова, М. М.	Организация работы отдела маркетинга : теория и практика : учебник (236 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2017
Л2 .3	В. Ю. Лу нина, В. Е. Малиненко , В.Н.Ардатьев	Мар кетинг услуг: у чебно -мето дическо е по со бие для о бу чающих ся 3 ку р са о бр азо вательно й пр о гр аммы бакалавр иата напр авления по дго то вки 3 8 .0 3 .0 2 Менеджмент (пр о филь "Мар кетинг") (1 7 0)	ГОУ ВПО "ДОГАУИГС", 2020

3 . Мето дические ра зра б о тки

	Авто р ы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	со ставители Р.П. Лизогуб	Мар кетинг заку по к: мето дические р еко мендции для пр о ведения семинар ских занятий для о бу чающих ся 3 ку р са о бр азо вательно й пр о гр аммы бакалавр иата, напр авления по дго то вки 3 8 .0 3 .0 2 Менеджмент (пр о филь "Мар кетинг") (4 5)	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2024
Л3.2	Р.П. Лизогуб	Мар кетинг заку по к: ко нспект лекций для о бу чающих ся 3 ку р са о бр азо вательно й пр о гр аммы бакалавр иата напр авления по дго то вки 3 8 .0 3 .0 2 Менеджмент (пр о филь « Мар кетинг») (1 3 8)	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2023
Л3.3	Р.П. Лизогуб	Мар кетинг заку по к: мето дические р еко мендации по о р ганизации само сто ятельно й р або ты для о бу чающих ся 3 ку р са о бр азо вательно й пр о гр аммы бакалавр иата напр авления по дго то вки 3 8 .0 3 .0 2 Менеджмент (пр о филь « Мар кетинг») (4 5)	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2023

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал «Маркетинг pro»	http://www.marketingpro.ru/journal.html
Э2	Журнал «Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм»	http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=38787
Э3		

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- 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

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
ЭБС «ЗНАНИУМ» https://znanium.ru
Электронно-библиотечная система «Лань» - https://e.lanbook.com/

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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.

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 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 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Описать сущность закупок.
2. Назвать и описать способы закупок.
3. В чем заключается стратегическая функция закупок?
4. Опишите методы закупок.
5. По каким признакам классифицируют закупки?
6. В чем заключается сущность способа закупок, который связан с увеличением объема различных закупок?
7. В чем состоит назначение закупок?
8. Какие существуют основания для определения спроса закупок?
9. Описать внутреннюю информацию предприятия.
10. В чем заключается сущность внешней информации?
11. Назовите первичные и вторичные источники информации.
12. Назовите преимущества и недостатки договоров по поводу условий.
13. Назовите цели производителя.
14. Опишите политику цен и оценку объемов заказа товаров.
15. Какими методами можно привлечь поставщиков к сотрудничеству?
16. Опишите соотношение маркетинговой и логистической системы.
17. В чем заключается концепция логистики в рамках философии маркетинга закупок?
18. Назовите логистические потребности маркетинга.
19. Опишите формы универсальных логистических потребностей.
20. Назовите отличия маркетинга закупок и логистики.
21. Опишите разновидности логистических операций в сфере маркетинга закупок.
22. В чем сходимости маркетинга закупок и логистики?
23. В чем заключается сущность специфических и универсальных способов маркетинга закупок?
24. Дайте определение закупочной поведении организаций.
25. Назовите основные характеристики покупательского поведения организации.
26. Как определить объем закупки или заказ?
27. Опишите процесс выбора оптимального количества потенциальных покупателей.
28. Опишите цели закупок для нужд организации.
29. Назовите закупочные критерии организации.
30. Как происходят отношения между покупателем и продавцом, также партнерство с поставщиком.

31. Дайте определение закупочному центра.
32. Сущность работы закупочного центра.
33. Опишите значимость закупочного центра.
34. Кто входит в состав закупочного центра.
35. Как распределяются роли в закупочному центре?
36. Какие лица в закупочному центре отвечают за приобретение продукта или услуги?
37. В чем проявляется относительное влияние каждого члена группы на общее мнение?
38. Какими закупочным критериями руководствуется каждый член закупочного центра?
39. Что заставляет каждого члена группы выбрать именно эту компанию, продукты и услуги, а также продавцов?
40. Дайте определение терминам покупатели, специалисты пользователи.
51. Назовите этапы принятия решения о закупке.
52. Опишите и сравните этапы осуществления покупки потребителем и организацией.
53. В чем заключается осознание проблемы закупки?
54. Раскройте суть поиска информации о закупке.
55. Как принимается решение о закупке?
56. Опишите поведение закупочного центра после закупки

5.2. Темы письменных работ

1. Коммерческая деятельность предприятия
2. Коммерческая служба предприятия
3. Функция закупок на предприятии. Сущность маркетинга закупок
4. Предприятие как покупатель товаров промышленного назначения
5. Процесс закупки товаров промышленного назначения
6. Мотивы покупателей товаров промышленного назначения
7. Разработка программы закупок
8. Коммуникации в закупочной деятельности
9.Работа предприятия на выставках и ярмарках
10. Расчеты при закупке материальных ресурсов

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Маркетинг закупок" разработан в соответствии с локальным нормативным актом

Фонд оценочных средств дисциплины "Маркетинг закупок" 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 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 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 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.

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.