

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 16.05.2022 17:00:53
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
 Иванова Е.А.
« 29 » 05 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины
Информационное обеспечение маркетинговых решений**

Направление 38.04.06 Торговое дело
магистерская программа 38.04.06.02 "Маркетинг и коммуникации в цифровой экономике"

Для набора 2022 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА Маркетинг и реклама**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс Вид занятий	2		Итого	
	уп	рп		
Лабораторные	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	121	121	121	121
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 22.02.2022 протокол № 7.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Беспалова А.Г. 

Зав. кафедрой: д.э.н., доцент Бондаренко В.А. 

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Писарева Е.В. 

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 Цель изучения дисциплины: формирование практических навыков и соответствующих компетенций у магистрантов при осуществлении поиска и выбора направлений информационного обеспечения маркетинговых решений, технологий развития современного бизнеса, осознания важности поиска креативных методов сбора и анализа информации при постановке задач маркетинговой деятельности организации (предприятия).

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-2:Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПК-3:Способен проводить научные исследования, разрабатывать на их основе стратегию продвижения проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

основы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла (соотнесено с индикатором УК-2.1); методы проведения научных исследований, разработки на их базе стратегий продвижения проекта и осуществления исследований эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (соотнесено с индикатором ПК-3.1)

Уметь:

управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (соотнесено с индикатором УК-2.2); проводить научные исследования, разрабатывать на их основе стратегию продвижения проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (соотнесено с индикатором ПК-3.2)

Владеть:

владеть навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере соотнесено с индикатором УК-2.3); владеть навыками проведения научных исследований, навыками разработки на их основе стратегии продвижения проекта и владеть способностью осуществления исследования эффективности реализации с использованием информационно- телекоммуникационной сети "Интернет" (соотнесено с индикатором ПК-3.3).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. «Концептуальные основы системы информационного обеспечения маркетинговых решений»				
1.1	Тема 1.1 «Дефиниция понятий «маркетинговое решение», «решение в сфере маркетинга» и «предпринимательское решение» Изучение понятий ««маркетинговое решение», «решение в сфере маркетинга» и «предпринимательское решение». Структурные элементы процесса маркетингового решения. Сущность процедуры принятия решений в маркетинге. Стадии процесса принятия маркетингового решения. /Лаб/	2	2	УК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2
1.2	Тема 1.1 «Дефиниция понятий «маркетинговое решение», «решение в сфере маркетинга» и «предпринимательское решение» Изучение понятий ««маркетинговое решение», «решение в сфере маркетинга» и «предпринимательское решение». Структурные элементы процесса маркетингового решения. Сущность процедуры принятия решений в маркетинге. Стадии процесса принятия маркетингового решения. /Пр/	2	2	УК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2

1.3	Тема 1.2 «Современный аспект маркетинговых исследований в разрезе принятия маркетинговых решений» Основные понятия «маркетинговых исследований». Содержание маркетинговых исследований. Виды и методы маркетинговых исследований. /Лаб/	2	2	УК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2
1.4	Тема 1.2 «Современный аспект маркетинговых исследований в разрезе принятия маркетинговых решений» Основные понятия «маркетинговых исследований». Содержание маркетинговых исследований. Виды и методы маркетинговых исследований. /Пр/	2	2	УК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2
1.5	Тема 1.1 «Дефиниция понятий «маркетинговое решение», «решение в сфере маркетинга» и «предпринимательское решение» Изучение понятий ««маркетинговое решение», «решение в сфере маркетинга» и «предпринимательское решение». Структурные элементы процесса маркетингового решения. Сущность процедуры принятия решений в маркетинге. Стадии процесса принятия маркетингового решения. Тема 1.2 «Современный аспект маркетинговых исследований в разрезе принятия маркетинговых решений» Основные понятия «маркетинговых исследований». Содержание маркетинговых исследований. Виды и методы маркетинговых исследований. /Ср/	2	68	УК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2
Раздел 2. «Конструктивные методы маркетинговых исследований и сбора маркетинговой информации»					
2.1	Тема 2.1 «Методы качественных исследований как подготовительный этап принятия маркетинговых решений» Общий экскурс в сущность качественных и количественных маркетинговых исследований. Метод фокус-группы. Формат наблюдения: преимущества и недостатки, его роль при проведении маркетинговых исследований. Дополнительные методы качественных исследований в маркетинге. Тема 2.2 «Методы количественных исследований как один из этапов принятия маркетинговых решений» Количественные методы сбора первичных или вторичных данных. Панельный метод обследования. Методы получения данных от респондентов. Выбор конкретных методов опроса. Использовать Excel, PowerPoint /Лаб/	2	2	УК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2
2.2	Тема 2.1 «Методы качественных исследований как подготовительный этап принятия маркетинговых решений» Общий экскурс в сущность качественных и количественных маркетинговых исследований. Метод фокус-группы. Формат наблюдения: преимущества и недостатки, его роль при проведении маркетинговых исследований. Дополнительные методы качественных исследований в маркетинге. Тема 2.2 «Методы количественных исследований как один из этапов принятия маркетинговых решений» Количественные методы сбора первичных или вторичных данных. Панельный метод обследования. Методы получения данных от респондентов. Выбор конкретных методов опроса. Использовать Excel, PowerPoint. /Пр/	2	4	УК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2

2.3	<p>Тема 2.1 «Методы качественных исследований как подготовительный этап принятия маркетинговых решений» Общий экскурс в сущность качественных и количественных маркетинговых исследований. Метод фокус-группы. Формат наблюдения: преимущества и недостатки, его роль при проведении маркетинговых исследований. Дополнительные методы качественных исследований в маркетинге.</p> <p>Тема 2.2 «Методы количественных исследований как один из этапов принятия маркетинговых решений» Количественные методы сбора первичных или вторичных данных. Панельный метод обследования. Методы получения данных от респондентов. Выбор конкретных методов опроса.</p> <p>Тема 2.3 «Структурирование маркетинговой информации и принятие на ее основе маркетинговых решений» Сущность маркетинговой информационной системы. Структура маркетинговой информационной системы и способы ее разработки. Маркетинговая информационная система и поиск маркетинговых решений на практике. /Ср/</p>	2	53	УК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2
2.4	/Экзамен/	2	9	УК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Симонян Т. В., Месхи Б. Ч.	Маркетинг для магистров: учеб. пособие для образоват. учреждений высш. проф. образования	Ростов н/Д: Феникс, 2013	100
Л1.2	Эриашвили Н. Д., Коротков А. В., Синяева И. М., Болдырева Т. В., Замедлина Е. А., Коротков А. В., Синяева И. М.	Управление маркетингом: учебное пособие	Москва: Юнити-Дана, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Медведев, П. В., Федотов, В. А., Сидоренко, Г. А.	Научные исследования: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, ИПК «Университет», 2017	http://www.iprbookshop.ru/71293.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1		Регион: экономика и социология: журнал	Новосибирск: СО РАН, 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485073 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Морозова, Т. Г., Победина, М. П., Поляк, Г. Б., Шишов, С. С., Барменкова, Н. А., Борзов, С. М., Семикина, Г. Ю., Шубцова, Л. В., Морозова, Т. Г.	Региональная экономика: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012	http://www.iprbookshop.ru/8122.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

IOP Journals-Institute of Physics: www.iop.org

Oxford Journals: https://academic.oup.com/journals/pages/social_sciences

Консультант+

Гарант <https://garant-rostovdon.ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Лабораторные занятия проводятся в компьютерных классах, рабочие места в которых оборудованы необходимыми лицензионными программными средствами и выходом в Интернет.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-1:Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга			
<p>Знания</p> <p>основные методы для саморазвития и самореализации личности; базовые методы научного исследования профессиональной деятельности;</p> <p>основные приемы и методы оценки экономической эффективности профессиональной деятельности;</p>	<p>навыки работы с учебной, учебно-методической и научной литературой, сбор данных, необходимых для исследовательской работы при подготовке отчета по НИР</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность отчета и ответов при защите отчета по НИР; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке отчета по НИР</p>	<p>Индивидуальное задание (1-8)</p>
<p>Умения</p> <p>вовлекать и использовать собственный творческий потенциал в профессиональной деятельности; самостоятельно осваивать новые методы исследования, самостоятельно осуществлять поисковую деятельность в плане выбора передовых и перспективных, в том числе инновационный решений, анализировать и оценивать</p>	<p>применение методов обработки информации для приращения творческого потенциала в профессиональной деятельности при написании отчета по НИР</p>	<p>аргументированность выводов в отчете по НИР</p> <p>выводы, проявление творческих способностей в понимании, изложении и использовании материала в отчете по НИР</p>	<p>Индивидуальное задание (1-8)</p>

экономическую эффективность профессиональной деятельности			
<p>Навыки</p> <p>владеть ключевыми навыками саморазвития и самореализации личности в профессиональной деятельности;</p> <p>навыками совершенствования научного и научно-производственного профиля осуществляемой профессиональной деятельности;</p> <p>основными приемами и методами самостоятельной оценки экономической эффективности профессиональной деятельности</p>	<p>демонстрация навыков саморазвития и самоанализа для наращивания творческого потенциала при написании отчета по НИР</p>	<p>грамотное и логически стройное изложение материала отчета по НИР, выражение своих мыслей в качестве лица, защищающего отчет, и ответы на вопросы по отчету НИР</p>	<p>Индивидуальное задание (1-8)</p>
<p>ПК-2:Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации</p>			
<p>Знания</p> <p>основные методы анализа и оценки бизнес-среды (внутренней и внешней) организации (предприятия) и её эффективности хозяйственной деятельности;</p> <p>основные методы исследования и прогнозирования тенденций изменения конъюнктуры рынка в сфере деятельности</p>	<p>навыки работы с учебной, учебно-методической и научной литературой, для совершенствования профессиональной и научно-исследовательской деятельности при подготовке отчета по НИР</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность отчета и ответов при защите отчета по НИР; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке отчета по НИР</p>	<p>Индивидуальное задание (1-8)</p>
<p>Умения</p>	<p>применение методов обработки информации и</p>	<p>аргументированность выводов в отчете по НИР</p>	<p>Индивидуальное задание</p>

разрабатывать стратегию маркетинговой деятельности в изменяющихся условиях; анализировать и моделировать основные бизнес-процессы и технологии маркетинговой деятельности	расширения спектра научного познания для подготовки отчета по НИР	выводы, проявление творческих способностей в понимании, изложении и использовании материала в отчете по НИР	ное задание (1-8)
Навыки владеть основными методами контроля и оценки эффективности разработанной стратегии маркетинговой деятельности организации; основными методами оценки результатов маркетинговой деятельности	демонстрация навыков по применению информационных технологий и отражение этого в научных статьях и отчете по НИР	грамотное и логически стройное изложение материала отчета по НИР, выражение своих мыслей в качестве лица, защищающего отчет, и ответы на вопросы по отчету НИР	Индивидуальное задание (1-8)
ПК-3:Способен проводить научные исследования, разрабатывать на их основе стратегию продвижения проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Знания базовые научные методы прогнозирования конъюнктуры рынков и моделирования ключевых бизнес-процессов и технологий; основные результаты и прикладные разработки научно-исследовательских работ в области маркетинга	навыки работы с учебной, учебно-методической и научной литературой, для проведения экономической оценки организации профессиональной деятельности при подготовке научных публикаций и написании отчета по НИР	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность отчета и ответов при защите отчета по НИР; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке отчета по НИР	Индивидуальное задание (1-8)
Умения исследовать и прогнозировать	применение методов поиска и внедрения инноваций в профессиональную	аргументированность выводов в отчете по НИР выводы, проявление творческих способностей в	Индивидуальное задание (1-8)

конъюнктуру рынка и моделировать бизнес-процессы и технологии на научной основе; обобщать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских и прикладных работ в области маркетинга	деятельность и отражение этой информации при подготовке публикаций и отчета по НИР	понимании, изложении и использовании материала в отчете по НИР	
Навыки научно обоснованными и апробированными методами оценки конъюнктуры рынка; методами обработки и представления результатов научно-исследовательских работ в области маркетинга и собственных научных изысканий	демонстрация навыков по применению методов оценки эффективности профессиональной деятельности применительно к внедрению инноваций и отражение этого в отчете по НИР	грамотное и логически стройное изложение материала отчета по НИР, выражение своих мыслей в качестве лица, защищающего отчет, и ответы на вопросы по отчету НИР	Индивидуальное задание (1-8)

1.2 Шкалы оценивания:

Контроль успеваемости осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

50-100 баллов (зачет)

0-49 баллов (незачет)

2. Типовые индивидуальные задания

Индивидуальное задание

Задание 1. Составление библиографии по теме магистерской диссертации с привлечением современных информационных и коммуникационных технологий. Всего необходимо указать не менее 50 источников.

Задание 2. Изучение Интернет-ресурсов по теме исследования.

Задание 3. Проведение подробный обзор литературы по теме диссертационного исследования.

Задание 4. Сбор фактического материала по теме исследования, разработка методологии сбора данных по теме диссертации, методы обработки результатов, оценку их достоверности.

Задание 5. Написание и публикация тезисов доклада на конференциях по теме исследования.

Задание 6. Участие в научно-практических конференциях, посещение открытых лекций.

Задание 7: Написание и опубликование научной статьи по теме исследования.

Задание 8. Участие в конкурсах научных работ и олимпиадах по направлениям исследования.

Критерии оценивания:

– оценка «зачтено» (50-100 баллов) выставляется, если запланированный объем работы выполнен, изложенный магистрантом в отчете материал фактически верен, магистрант проработал изученность проблемы своего исследования и предоставил в достаточном объёме материалы, которые предположительно найдут отражение в диссертации студента магистратуры, магистрант участвовал в научных конференциях и подготовил к публикации статьи.

- оценка «не зачтено» (0-49 баллов) выставляется, если отчет магистранта не был представлен в назначенный срок, либо запланированный объем работы не выполнен, либо отчет свидетельствует о непроработанности изучения материалов по проблеме исследования, магистрант не участвовал в научных конференциях, не подготовил к публикации статьи

3. Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль по практике проводится в форме контроля на каждом этапе, указанном в таблице раздела 4 программы практики.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Аттестацию студентов по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета. Защита отчета проводится в форме индивидуального собеседования.

Приложение 2

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;
- лабораторные занятия

В ходе лекционных занятий рассматриваются основы информационного обеспечения

маркетинговых решений во всех сферах применения маркетинга и исследовательских баз данных, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания обучающихся по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения.

При подготовке к практическим занятиям каждый обучающийся должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- письменно решить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем обучающийся может подготовить реферат по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, нерассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса.

В ходе самостоятельной работы каждый студент должен уметь пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; готовиться так, чтобы это соответствовало информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов и их целенаправленности поиска и отбора. Также студент должен обладать навыками самостоятельно пользоваться различными базами данных, использовать современные информационно-коммуникационные технологии и глобальные информационные ресурсы, разрабатывать отчет и предоставлять в полном масштабе результаты исследования.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические рекомендации по выполнению рефератов

Цель выполнения контрольного задания. Выполнение реферата (самостоятельной работы) способствует расширению и лучшему усвоению вопросов дисциплины, позволяет приобрести опыт в работе со специальной литературой, дает возможность приобрести практические навыки в изучении теоретических вопросов дисциплины «Информационное обеспечение маркетинговых решений».

Структура и объем реферата. Реферат должен состоять из следующих элементов:

- титульный лист;
- содержание;
- основная часть,
- выводы и рекомендации,
- список использованных источников.

Объем реферата 15–20 страниц формата А4.

Оформление. Оформление работы должно соответствовать требованиям стандарта ГОСТ 2.105-99 «Общие требования к текстовым документам». Примером оформления текста может служить любая специальная литература, используемая в работе.

Писать или печатать, необходимо на одной стороне листа, аккуратно и разборчиво. Все страницы должны иметь сквозную нумерацию, причем на титульном листе номер страницы не проставляется. Графики и диаграммы должны также иметь сквозную нумерацию, подрисовочная надпись для них должна располагаться ниже иллюстрации, а номер таблицы и ее наименование – над табличным материалом.

После «Заключения», в котором проводятся собственные выводы по раскрытой в контрольной работе теме, необходимо привести список фактически использованной литературы, на которую даны

сноски в контрольной работе. Список использованных источников должен оформляться с указанием автора, наименования источника, места издания, издательства, года издания, а также страниц источника, использованного в контрольной работе (см. пример).

Пример: Беспалова А.Г., Писарева Е.В. Информационное обеспечение маркетинговых решений: учеб. пособие. – Ростов-на-Дону: Донской издательский центр, 2021. – 220 с.

В конце, после «Заключения», следует поставить дату написания работы и подпись студента – автора работы.

При подготовке следует опираться на методические рекомендации, в частности, Методические указания по выполнению лабораторных заданий и по самостоятельной работе для студентов очной/заочной форм обучения по дисциплине «Информационное обеспечение маркетинговых решений».

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников.

Студент должен готовиться к предстоящему лабораторному занятию по всем обозначенным в рабочей программе дисциплины темам.

Методические указания по выполнению лабораторных заданий

Пример

Лабораторная работа 1

(наименование лабораторной работы)

Наименование лабораторной работы берется из рабочей программы дисциплины, а в дальнейшем оно может быть скорректировано, исходя из цели работы.

Цель работы

Определение цели работы является ответственным этапом в разработке методических указаний. В конечном итоге, цель работы определяет в известной степени требования к умениям студентов применять полученные знания на практике, которые должны соответствовать требованиям Государственного образовательного стандарта на уровне магистратуры.

При невозможности сформулировать единую цель работы допускается формулировка нескольких целей, объединенных единой логической направленностью.

Формулировка цели работы не должна повторять ее название.

Пояснения к работе

В пояснениях к работе следует отразить краткие теоретические сведения по предлагаемой студентом лабораторной работе на основе минимума содержания по заданному разделу дисциплины и с учетом требований к итогам его усвоения.

Краткие теоретические сведения должны обязательно сопровождаться поясняющими схемами, чертежами, формулами, рисунками и т.п. необходимых закономерностей (без вывода), а также конкретным числовым примером.

При необходимости можно ввести описание конкретной индивидуальной установки и ее

технических параметров.

Лабораторное задание

Формулируются конкретные задания для студента, которые он должен выполнять при аудиторной подготовке к лабораторной работе.

В задание в обязательном порядке вводятся следующие вопросы предварительной подготовки:

- самостоятельное изучение учащимися методических рекомендаций по проведению конкретной лабораторной работы;
- выполнение соответствующих расчетов. Задания для расчетов формируются на основе параметров элементов и комплектующих изделий исследуемого устройства;
- подготовка формы отчета;
- подготовка ответов на контрольные вопросы.

Работа в компьютерной аудитории (персональное задание)

Приводится конкретная схема исследуемого устройства (чертеж или рисунок установки) с указанием мест подключения измерительных приборов.

На схемах (чертежах, рисунках) или таблицах должны быть заданы параметры элементов информационного обеспечения.

Иногда для достижения одной цели может быть поставлено несколько различных исследований.

В заключение студенту предлагается заполнить подготовленные таблицы, произвести дополнительные расчеты, построить графики и выполнить другие действия по результатам исследований.

Содержание отчета

В содержании отчета указывается состав и форма отчета о проделанной работе.

Контрольные вопросы

Формулируются вопросы, позволяющие оценить выполнение требований дисциплины и компетенций к уровню знаний студента магистратуры по заданному разделу дисциплины. Количество и содержание вопросов определяется составителем рекомендаций и должно быть достаточным для проверки знаний, в том числе и на этапе допуска к работе.

Литература

Литература указывается в соответствии с действующими нормами для оформления научно-технической литературы.