

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Дальневосточный государственный университет путей сообщения"
(ДВГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой
(к302) Менеджмент

Третьяк С.Н., канд.
экон. наук, доцент



29.05.2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **Маркетинг**

для направления подготовки 38.03.01 Экономика

Составитель(и): Доцент, Калиновская Н.А.

Обсуждена на заседании кафедры: (к302) Менеджмент

Протокол от 21.05.2025г. № 4

Обсуждена на заседании методической комиссии по родственным направлениям и специальностям: Протокол

г. Хабаровск
2025 г.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

___ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от ___ 2026 г. № ___
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

___ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от ___ 2027 г. № ___
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

___ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от ___ 2028 г. № ___
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

___ 2029 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от ___ 2029 г. № ___
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Рабочая программа дисциплины Маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 954

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачёты (семестр) 2
контактная работа	52	
самостоятельная работа	92	

Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Неделя	17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контроль самостоятельно й работы	4	4	4	4
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	52	52	52	52
Сам. работа	92	92	92	92
Итого	144	144	144	144

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Сферы применения маркетинга. Маркетинг и общество. Маркетинговая среда и ее структура. Приоритет потребителя. Маркетинговые исследования. Сегментирование: цели, признаки сегментирования; методика. Выбор целевого рынка и разработка стратегии сегментирования. Позиционирование. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение. Комплекс маркетинга в сфере услуг. Разработка товарной политики, ценовой политики, сбытовой политики, коммуникативной политики. Жизненный цикл товара. Разработка новых товаров. Управление маркетинговой деятельностью. Система маркетинговых планов. Организация деятельности маркетинговых служб.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины:	Б1.О.19
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Социальная психология
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Стратегический менеджмент

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ОПК-3 (Э): Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне

Знать:

Основные положения и инструментарий анализа экономических процессов на микро- и макроуровне.

Уметь:

Осуществлять анализ экономических процессов на микро- и макроуровне, содержательно интерпретировать его результаты.

Владеть:

Навыком анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне.

ОПК-2 (М): Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Знать:

Методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения управленческих задач. Современные интеллектуально-поисковые системы.

Уметь:

Выбирать и использовать адекватные содержанию профессиональных задач методы обработки и анализа данных. Проводить статистическую обработку и интеллектуальный анализ информации, необходимой для принятия обоснованных организационно-управленческих решений.

Владеть:

Современными информационными технологиями и возможностями их применения для решения профессиональных задач. Навыками решения профессиональных задач, используя современные цифровые технологии и программные продукты.

ОПК-4 (М): Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Знать:

Основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации.

Уметь:

Выбирать основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации.

Владеть:

Основами разработки бизнес-плана проектов и направлений бизнеса.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Лекции						

1.1	Маркетинг в системе управления предприятием Понятие маркетинга, его цели, принципы и функции. Роль и значение маркетинга в управленческой деятельности предприятия Эволюция концепций маркетинга. Комплекса маркетинга. Особенности комплекса маркетинга услуг. Приоритет потребителей в современных условиях. Типология потребителей на товарном рынке. /Лек/	2	2	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
1.2	Маркетинговая информация и организация маркетинговых исследований Понятие маркетинговой среды. Факторы макросреды маркетинга и их характеристика. Микросреда среда маркетинга и ее составляющие. Система маркетинговой информации и ее значение для проведения маркетинговых исследований. Источники информации, методы получения информации. Цели и основные направления маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований /Лек/	2	2	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
1.3	Определение целевого рынка Понятие сегментации рынка и его цели. Признаки сегментации (географические, демографические, психографические, поведенческие). Выбор целевого сегмента. Стратегии охвата рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг. Преимущества и недостатки различных стратегий охвата рынка. Позиционирования товара. Критерии эффективного позиционирования. /Лек/	2	2	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
1.4	Товарная политика предприятия Товар как маркетинговая категория. Трехуровневая структура товара. Жизненный цикл товара, характеристика его этапов. Этапы разработки нового товара. Товарная марка и брэнд. Упаковка, как средство реализации маркетинга. Управление товарным ассортиментом. Сервис в товарной политике. /Лек/	2	2	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
1.5	Ценовая политика предприятия Цели и задачи ценообразования в маркетинге. Цена с точки зрения продавца и покупателя. Факторы, влияющие на цену. Этапы ценообразования. Стратегии ценообразования. Установление окончательной цены с учетом психологического восприятия потребителей. Модификация цен в рамках выбранной ценовой стратегии. /Лек/	2	2	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	

1.6	Политика распределения товаров Система распределения товаров в современных условиях. Каналы распределения товаров их функции. Факторы, определяющие выбор канала сбыта. Стратегии охвата рынка в процессе распределения товаров. Управление каналом распределения (вертикальные, горизонтальные и многоканальные ВМС). Современные методы распределения и сбыта товаров. /Лек/	2	2	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
1.7	Маркетинговые коммуникации Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама как инструмент КМК. Система стимулирования сбыта, ее роль в маркетинговых коммуникациях, PR, особенности применения на товарном рынке. Личные продажи. Составляющие процесса персональной продажи. /Лек/	2	2	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
1.8	Управление маркетингом Общие концепции планирования маркетинга. Стратегическое планирование. Структура плана маркетинга. Структуры управления маркетингом: функциональная, товарная, региональная, матричная. Их преимущества и недостатки. Основные задачи и виды контроля маркетинга. Процесс маркетингового контроля. Показатели контроля маркетинга. /Лек/	2	2	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
	Раздел 2. Практические занятия						
2.1	Маркетинг в системе управления предприятием. 1.Определение различий между традиционным и маркетинговым подходом в деятельности предприятия. 2.Основные категории маркетинга 3.Концепции маркетинга 4.Потребительский рынок. Бизнес-рынок /Пр/	2	4	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
2.2	Маркетинговая информация и организация маркетинговых исследований 1.Оценка факторов макро- и микросреды, способных оказать влияние на деятельность предприятия 2.Этапы проведения исследования 3.Составление анкет для опросов потребителей 4.Применение различных методик для исследования конкурентов. /Пр/	2	4	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	

2.3	Сегментация рынка и позиционирование товара на рынке 1.Признаки сегментации потребителей 2.Сегментация потребителей на основе ABC-анализа. 3.Выбор и определение размера целевого сегмента рынка. 4.Разработка стратегии позиционирования /Пр/	2	4	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
2.4	Товарная политика предприятия 1.Разработка трехуровневой структуры товара 2.Формирование ассортимента товаров/услуг на основе анализа ЖЦТ, матриц БКГ и Ансоффа. 3.Разработка оптимального ассортимента для предприятия розничной торговли 4.Разработка нового товара /Пр/	2	4	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
2.5	Ценовая политика предприятия 1.Выявление факторов, оказывающих влияние на установление цен. 2.Особенности психологического восприятия цены покупателем. 3.Расчет ценовой эластичности спроса на товар/услугу. 4.Определение структуры отпускной цены товара. /Пр/	2	4	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
2.6	Политика распределения товаров 1.Выбор варианта построения канала распределения товаров предприятия. 2.Определение оптимального числа торговых представителей компании. 3.Определение структуры отдела сбыта. 4.Определение оптимального количества посредников. /Пр/	2	4	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
2.7	Маркетинговые коммуникации 1.Реклама: подходы к пониманию, классификация, роли 2.Стимулирование сбыта: понятие, объекты, приемы 3.PR:понятие, программа 4.Личные продажи: понятие, этапы 5.Определение эффективности мероприятий по продвижению /Пр/	2	4	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
2.8	Управление маркетингом 1.Разработка отдельных мероприятий плана маркетинга по выводу на рынок конкретного товара/услуги 2.Методы определения бюджета маркетинга под конкретные маркетинговые мероприятия 3.Распределение задач, прав и ответственности при управлении маркетингом. 4.Разработка мероприятий в области внутреннего маркетинга для конкретной компании /Пр/	2	4	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	

	Раздел 3. Самостоятельная работа студентов						
3.1	самостоятельное углубленное изучение отдельных теоретических и практических вопросов /Ср/	2	28	ОПК-2 (М) ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
3.2	Подготовка к обсуждению вопросов на семинарах /Ср/	2	54	ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2 Э3	0	
3.3	Подготовка и сдача зачета /Зачёт/	2	10	ОПК-2 (М) ОПК-4 (М) ОПК-3 (Э)	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Размещены в приложении

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Котлер Ф., Келлер К.Л.	Маркетинг. Менеджмент: учеб.	Санкт-Петербург: Питер, 2015,
Л1.2	Акьюлов Р. И.	Маркетинг: учебное пособие для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2024, https://e.lanbook.com/book/362900

6.1.2. Перечень дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Калиновская Н. А., Химич Е. В., Щуковская М. А.	Маркетинговые исследования: учеб. пособие	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2023,
Л2.2	Кметь Е. Б., Юрченко Н. А.	Цифровой маркетинг: учебник для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2023, https://e.lanbook.com/book/345998

6.1.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Зорькина Ю.И.	Маркетинг: учебно-метод. пособие по организации самостоятельной работы и проведению практ. занятий	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2021,

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	официальный сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом».	http://www.mavriz.ru
Э2	Интернет портал «Маркетинг».	http://marketing.web-3.ru
Э3	официальный сайт издательского дома «Гребенников» (журналы: «Интернет-маркетинг», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Промышленный и B2B маркетинг», «Маркетинг услуг», «Клиентинг и управление клиентским портфелем», «Маркетинговые коммуникации»).	http://grebennikon.ru -

6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

6.3.1 Перечень программного обеспечения

Windows XP - Операционная система, лиц. 46107380
Office Pro Plus 2007 - Пакет офисных программ, лиц.45525415
Антивирус Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition - Антивирусная защита, контракт 469 ДВГУПС
АСТ тест - Комплекс программ для создания банков тестовых заданий, организации и проведения сеансов тестирования, лиц.АСТ.РМ.А096.Л08018.04, дог.372
Free Conference Call (свободная лицензия)
Zoom (свободная лицензия)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

БС «Университетская библиотека онлайн»
ЭБС «Книгафонд»
«Издательство Лань»
«ЭБС ЮРАЙТ»
ЭБС «ZNANIUM»
ЭБС «BOOK.ru»

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Аудитория	Назначение	Оснащение
2600	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	комплект учебной мебели, доска.
2604	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.	комплект учебной мебели, доска.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рекомендации по организации изучения дисциплины

Для продуктивного изучения дисциплины и успешного прохождения контрольных испытаний (текущих и промежуточных) студенту рекомендуется:

1) В самом начале учебного курса познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программа дисциплины;
- перечень знаний, умений и навыков, которыми студент должен владеть;
- тематические планы лекций и практических занятий;
- контрольные мероприятия;
- список основной и дополнительной литературы, а также электронных ресурсов;
- перечень вопросов к зачету.

2). В начале обучения возможно тщательнее спланировать время, отводимое на контактную и самостоятельную работу по дисциплине, представить этот план в наглядной форме и в дальнейшем его придерживаться, не допуская срывов графика индивидуальной работы и аврала в предсессионный период. Пренебрежение этим пунктом приводит к переутомлению и резкому снижению качества усвоения учебного материала.

3). Изучить список рекомендованной основной и дополнительной литературы и убедиться в её наличии в бумажном или электронном виде. Необходимо иметь «под рукой» специальные и универсальные словари и энциклопедии, для того, чтобы постоянно уточнять значения используемых терминов и понятий. Пользование словарями и справочниками необходимо сделать привычкой. Опыт показывает, что неудовлетворительное усвоение предмета зачастую коренится в неточном, смутном или неправильном понимании и употреблении понятийного аппарата учебной дисциплины.

4). Согласовать с преподавателем подготовку материалов, полученных в процессе контактной работы, а также подготовку и выполнение всех видов самостоятельной работы, исходя из индивидуальных потребностей. Процесс изучения дисциплины нужно построить с учётом следующих важных моментов:

- большой объем дополнительных источников информации;
- широчайший разброс научных концепций, точек зрения и мнений по всем вопросам содержания;
- значительный объем нормативного материала, подлежащий рассмотрению;
- существенно ограниченное количество учебных часов, отведенное на изучение дисциплины.

5) Приступать к изучению отдельных тем в установленном порядке. Получив представление об основном содержании темы, необходимо изучить материал с помощью основной и дополнительной литературы. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Учитывая особенности распределения материала дисциплины, рекомендуется следующая последовательность освоения изучаемых тем:

Оценочные материалы при формировании рабочих программ дисциплин (модулей)

Направление: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль): Финансовый менеджмент

Дисциплина: Маркетинг

Формируемые компетенции:

1. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций.

Показатели и критерии оценивания компетенций

Объект оценки	Уровни сформированности компетенций	Критерий оценивания результатов обучения
Обучающийся	Низкий уровень Пороговый уровень Повышенный уровень Высокий уровень	Уровень результатов обучения не ниже порогового

Шкалы оценивания компетенций при сдаче зачета

Достигнутый уровень результата обучения	Характеристика уровня сформированности компетенций	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся: - обнаружил на зачете всесторонние, систематические и глубокие знания учебно-программного материала; - допустил небольшие упущения в ответах на вопросы, существенным образом не снижающие их качество; - допустил существенное упущение в ответе на один из вопросов, которое за тем было устранено студентом с помощью уточняющих вопросов; - допустил существенное упущение в ответах на вопросы, часть из которых была устранена студентом с помощью уточняющих вопросов	Зачтено
Низкий уровень	Обучающийся: - допустил существенные упущения при ответах на все вопросы преподавателя; - обнаружил пробелы более чем 50% в знаниях основного учебно-программного материала	Не зачтено

Описание шкал оценивания

Компетенции обучающегося оцениваются следующим образом:

Планируемый уровень результатов освоения	Содержание шкалы оценивания достигнутого уровня результата обучения			
	Неудовлетворительн	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
	Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено

Знать	Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения.	Обучающийся способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения.	Обучающийся демонстрирует способность к самостоятельному применению знаний при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной	Обучающийся демонстрирует способность к самостоятельному применению знаний в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке в части междисциплинарных
Уметь	Отсутствие у обучающегося самостоятельности в применении умений по использованию методов освоения учебной дисциплины.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении умений решения учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем.	Обучающийся продемонстрирует самостоятельное применение умений решения заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение умений решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке преподавателя в части междисциплинарных связей.
Владеть	Неспособность самостоятельно проявить навык решения поставленной задачи по стандартному образцу повторно.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении навыка по заданиям, решение которых было показано преподавателем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение навыка решения заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение навыка решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке преподавателя в части междисциплинарных связей.

2. Перечень вопросов и задач к экзаменам, зачетам, курсовому проектированию, лабораторным занятиям. Образец экзаменационного билета

3. Тестовые задания. Оценка по результатам тестирования.

Полный комплект тестовых заданий в корпоративной тестовой оболочке АСТ размещен на сервере УИТ ДВГУПС, а также на сайте Университета в разделе СДО ДВГУПС (образовательная среда в личном кабинете преподавателя).

Соответствие между балльной системой и системой оценивания по результатам тестирования устанавливается посредством следующей таблицы:

Объект оценки	Показатели оценивания результатов обучения	Оценка	Уровень результатов обучения
Обучающийся	60 баллов и менее	«Неудовлетворительно»	Низкий уровень
	74 – 61 баллов	«Удовлетворительно»	Пороговый уровень
	84 – 75 баллов	«Хорошо»	Повышенный уровень
	100 – 85 баллов	«Отлично»	Высокий уровень

4. Оценка ответа обучающегося на вопросы, задачу (задание) экзаменационного билета, зачета, курсового проектирования.

Оценка ответа обучающегося на вопросы, задачу (задание) экзаменационного билета, зачета

Элементы оценивания	Содержание шкалы оценивания			
	Неудовлетворительн	Удовлетворитель	Хорошо	Отлично
	Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено
Соответствие ответов формулировкам вопросов (заданий)	Полное несоответствие по всем вопросам.	Значительные погрешности.	Незначительные погрешности.	Полное соответствие.
Структура, последовательность и логика ответа. Умение четко, понятно, грамотно и свободно излагать свои мысли	Полное несоответствие критерию.	Значительное несоответствие критерию.	Незначительное несоответствие критерию.	Соответствие критерию при ответе на все вопросы.
Знание нормативных, правовых документов и специальной литературы	Полное незнание нормативной и правовой базы и специальной литературы	Имеют место существенные упущения (незнание большей части из документов и специальной литературы по названию, содержанию и т.д.).	Имеют место несущественные упущения и незнание отдельных (единичных) работ из числа обязательной литературы.	Полное соответствие данному критерию ответов на все вопросы.
Умение увязывать теорию с практикой, в том числе в области профессиональной работы	Умение связать теорию с практикой работы не проявляется.	Умение связать вопросы теории и практики проявляется редко.	Умение связать вопросы теории и практики в основном проявляется.	Полное соответствие данному критерию. Способность интегрировать знания и привлекать сведения из различных научных сфер.
Качество ответов на дополнительные вопросы	На все дополнительные вопросы преподавателя даны неверные ответы.	Ответы на большую часть дополнительных вопросов преподавателя даны неверно.	1. Даны неполные ответы на дополнительные вопросы преподавателя. 2. Дан один неверный ответ на дополнительные вопросы преподавателя.	Даны верные ответы на все дополнительные вопросы преподавателя.

Примечание: итоговая оценка формируется как средняя арифметическая результатов элементов оценивания.