Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Министерство науки, высшего образования и инноваций Кыргызской Республики

Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

Высшая школа Природопользования, мехатроники и транспорта

Фонд

оценочных средств

по дисциплине **«Маркетинг (на транспорте)»**

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки 23.03.03 - РФ, 670200 - КР ЭКСПЛУАТАЦИЯ ТРАНСПОРТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ МАШИН И КОМПЛЕКСОВ

Квалификация

бакалавр

2026

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов подготовки бакалавриата КРСУ в соответствии с ФГОС 3++ по дисциплине *Маркетинг (на транспорте)*

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании

Высшей школы Природопользования, мехатроники и транспорта

протокол № 1 от "02"сентября 2026 г.

Руководитель подразделения _____ Алсеитов Мирлан Тилегенович
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Преподаватель _____ Кожевникова Александра Николаевна
должность *подпись* *расшифровка подписи*

К.т.н., доцент _____ Алсеитов Мирлан Тилегенович
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Заместитель директора по образовательной деятельности Политехнического института
_____ Комарцов Никита Михайлович
личная подпись *расшифровка подписи*

Раздел 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины/практики

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Виды оценочных средств/ шифр раздела в данном документе
ОПК-2: способностью понимать научные основы технологических процессов в области технологии, организации, планирования и управления технической и коммерческой эксплуатацией транспортных систем	**Знать:** – основы, принципы, концепции маркетинга коммерческой эксплуатации транспортных систем как управления технологий, научные основы технологических процессов в области технологии организации, основы планирования и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем	**Блок А** – фронтальный опрос.
	Уметь: – провести системный анализ рынка товаров и услуг в коммерческой эксплуатации транспортных систем, применять методы ценообразования и методики расчета цен в области технологии организации, применять различные методы маркетинговых исследований, и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем	**Блок В** – практические задания.
	Владеть: – различными методами маркетинговых исследований, научными основами технологических процессов в области технологии организации, навыками планирования и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем, научными основами технологических процессов в области технологии организации	**Блок С** – реферат; – доклад.

Раздел 2. Технологическая карта дисциплины

"Маркетинг (на транспорте)"
Курс 3, семестр 5, Количество ЗЕ - 2, Отчетность – Зачет с оценкой

Название модулей дисциплины согласно РПД	**Контроль**	**Форма контроля**	**зачетный минимум**	**зачетный максимум**	**график контроля**
Модуль 1					
ПОНЯТИЯ И СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА	Текущий контроль	Выполнить и сдать практические работы №1-3	8	13	6
	Рубежный контроль	Письменный опрос по лекциям №1-3	5	10	
Модуль 2					
МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ	Текущий контроль	Выполнить и сдать практические работы № 4-6	8	13	11
	Рубежный контроль	Письменный опрос по лекциям № 4-6	5	10	
Модуль 3					
МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	Текущий контроль	Выполнить и сдать практические работы № 7-9	8	14	16
	Рубежный контроль	Письменный опрос по лекциям № 7-9	6	10	
ВСЕГО за семестр			40	70	
Промежуточный контроль (Зачет с оценкой)			20	30	
Семестровый рейтинг по дисциплине			60	100	

Раздел 3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине / практике (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

Блок А

А.1 Вопросы для фронтального опроса:

Раздел 1. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ТРАНСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА.
Вопросы:

1. Что понимается под информационными системами транспортного маркетинга?
2. Какова роль информации в управлении транспортными предприятиями?
3. Какие виды маркетинговой информации используются на транспорте?
4. Какие источники маркетинговой информации применяются в транспортной отрасли?
5. Что такое маркетинговая информационная система (МИС)?
6. Какие функции выполняет маркетинговая информационная система?
7. Какие элементы входят в структуру маркетинговой информационной системы?
8. Какие методы сбора маркетинговой информации используются на транспорте?
9. Что такое первичная и вторичная маркетинговая информация?
10. Какие методы маркетинговых исследований применяются на транспортных предприятиях?
11. Что такое мониторинг рынка транспортных услуг?
12. Какие показатели характеризуют рынок транспортных услуг?
13. Как проводится анализ спроса на транспортные услуги?
14. Какие методы прогнозирования спроса используются в транспортном маркетинге?
15. Как проводится анализ конкурентной среды на рынке транспортных услуг?
16. Какие информационные технологии применяются в транспортном маркетинге?
17. Как используются базы данных в маркетинговой деятельности транспортных предприятий?
18. Что такое цифровые платформы в транспортном маркетинге?
19. Какие системы автоматизации применяются для анализа транспортного рынка?
20. Как осуществляется обработка маркетинговой информации?
21. Какова роль интернет-технологий в сборе маркетинговой информации?
22. Какие программные средства используются для анализа маркетинговых данных?
23. Как информационные системы помогают принимать управленческие решения на транспорте?
24. Каковы перспективы развития информационных систем транспортного маркетинга?

Раздел 2. КОМПЛЕКС ТРАНСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА.
Вопросы:

1. Что понимается под комплексом маркетинга на транспорте?
2. Какие элементы входят в комплекс транспортного маркетинга?
3. Какова роль транспортной услуги в системе маркетинга?
4. Какие особенности имеют транспортные услуги как товар?
5. Что такое ассортимент транспортных услуг?
6. Какие факторы влияют на формирование транспортных услуг?
7. Что такое ценовая политика транспортного предприятия?
8. Какие методы ценообразования применяются в транспортной отрасли?
9. Как формируются тарифы на транспортные услуги?
10. Какие факторы влияют на уровень тарифов на перевозки?
11. Что понимается под каналами распределения транспортных услуг?
12. Какие способы продвижения транспортных услуг используются на рынке?
13. Какую роль играет реклама в продвижении транспортных услуг?

14. Какие методы стимулирования спроса применяются на транспорте?
15. Что такое маркетинговая стратегия транспортного предприятия?
16. Какие виды маркетинговых стратегий используются в транспортной сфере?
17. Как проводится сегментация рынка транспортных услуг?
18. Какие критерии сегментации применяются на транспортном рынке?
19. Что такое позиционирование транспортных услуг?
20. Как проводится анализ конкурентоспособности транспортных услуг?
21. Какие факторы влияют на качество транспортных услуг?
22. Как уровень сервиса влияет на конкурентоспособность транспортного предприятия?
23. Как осуществляется управление маркетинговой деятельностью на транспорте?
24. Каковы современные тенденции развития транспортного маркетинга?

Блок В

В.1 Практические задания:

1. Анализ рынка транспортных услуг. Проведите анализ рынка транспортных услуг в выбранном регионе. Определите основных участников рынка и их долю.
2. Исследование спроса на транспортные услуги. Определите факторы, влияющие на спрос на пассажирские или грузовые перевозки в конкретном регионе.
3. Сегментация рынка транспортных услуг. Разделите рынок транспортных услуг на сегменты по различным критериям (географическим, демографическим, экономическим).
4. Анализ конкурентной среды. Определите основных конкурентов транспортного предприятия и проведите сравнительный анализ их услуг.
5. Оценка качества транспортных услуг. Разработайте систему критериев для оценки качества транспортных услуг.
6. Анализ тарифной политики. Исследуйте тарифную политику транспортного предприятия и определите факторы, влияющие на уровень тарифов.
7. Расчет стоимости транспортной услуги. Рассчитайте стоимость перевозки пассажиров или грузов по заданному маршруту.
8. Разработка нового транспортного сервиса. Предложите новую транспортную услугу, которая может повысить конкурентоспособность предприятия.
9. Анализ каналов продвижения транспортных услуг. Определите наиболее эффективные каналы продвижения транспортных услуг.
10. Разработка рекламной кампании. Разработайте рекламную кампанию для продвижения транспортных услуг предприятия.
11. Исследование удовлетворенности клиентов. Составьте анкету для оценки удовлетворенности клиентов транспортными услугами.
12. Анализ маркетинговой информационной системы. Определите основные элементы маркетинговой информационной системы транспортного предприятия.
13. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий. Проанализируйте эффективность маркетинговой кампании транспортного предприятия.
14. SWOT-анализ транспортного предприятия. Проведите SWOT-анализ выбранного транспортного предприятия.
15. Анализ конкурентоспособности транспортных услуг. Оцените конкурентоспособность транспортных услуг на основе выбранных критериев.
16. Разработка стратегии развития транспортного предприятия. Предложите стратегию развития маркетинговой деятельности предприятия.
17. Исследование влияния цены на спрос. Проанализируйте, как изменение тарифов влияет на объем перевозок.
18. Оценка роли интернет-маркетинга. Определите возможности использования интернет-технологий для продвижения транспортных услуг.
19. Разработка программы лояльности клиентов. Предложите систему поощрения постоянных клиентов транспортного предприятия.

20. Анализ бренда транспортного предприятия. Оцените узнаваемость бренда транспортной компании.
21. Анализ маркетинговых рисков. Определите возможные риски в маркетинговой деятельности транспортного предприятия.
22. Разработка плана маркетинговых исследований. Составьте план проведения маркетингового исследования транспортного рынка.
23. Оценка эффективности сервисного обслуживания. Проанализируйте уровень обслуживания клиентов на транспортном предприятии.
24. Комплексный анализ маркетинговой деятельности. Проведите комплексный анализ маркетинговой деятельности транспортного предприятия и предложите рекомендации по ее улучшению.

Блок С

С.1 Темы рефератов:

1. Маркетинг на транспорте: сущность, цели и основные задачи.
2. Особенности маркетинговой деятельности на транспортных предприятиях.
3. Рынок транспортных услуг и его основные характеристики.
4. Факторы, влияющие на развитие рынка транспортных услуг.
5. Маркетинговая информационная система транспортного предприятия.
6. Методы маркетинговых исследований на транспорте.
7. Анализ спроса и предложения на рынке транспортных услуг.
8. Сегментация рынка транспортных услуг.
9. Конкуренция на рынке транспортных услуг и методы ее анализа.
10. Комплекс маркетинга в транспортной отрасли.
11. Особенности транспортных услуг как объекта маркетинга.
12. Ценовая политика транспортных предприятий.
13. Формирование тарифов на транспортные услуги.
14. Продвижение транспортных услуг на рынке.
15. Роль рекламы в маркетинговой деятельности транспортных предприятий.
16. Использование цифровых технологий в транспортном маркетинге.
17. Интернет-маркетинг в сфере транспортных услуг.
18. Маркетинговые стратегии транспортных предприятий.
19. Управление качеством транспортных услуг.
20. Конкурентоспособность транспортных предприятий на современном рынке.
21. Международный опыт маркетинга в транспортной сфере.
22. Влияние логистики на развитие транспортного маркетинга.
23. Инновационные технологии в маркетинговой деятельности транспортных компаний.
24. Перспективы развития маркетинга на транспорте.

С.2 Темы докладов:

1. Роль маркетинга в развитии транспортных предприятий.
2. Основные особенности маркетинга в транспортной отрасли.
3. Рынок транспортных услуг: структура и тенденции развития.
4. Факторы, влияющие на спрос на транспортные услуги.
5. Маркетинговые исследования в транспортной сфере.
6. Информационные системы в транспортном маркетинге.
7. Методы анализа конкурентной среды на рынке транспортных услуг.
8. Сегментация рынка транспортных услуг и ее значение.
9. Комплекс маркетинга в транспортной деятельности.
10. Особенности транспортной услуги как объекта маркетинга.
11. Ценообразование на транспортные услуги.
12. Тарифная политика транспортных предприятий.
13. Методы продвижения транспортных услуг на рынке.
14. Реклама как инструмент продвижения транспортных услуг.
15. Интернет-маркетинг в сфере транспортных услуг.

16. Управление качеством транспортных услуг.
17. Повышение конкурентоспособности транспортных предприятий.
18. Маркетинговая стратегия транспортной компании.
19. Использование цифровых технологий в транспортном маркетинге.
20. Роль клиентского сервиса в транспортном маркетинге.
21. Анализ эффективности маркетинговой деятельности транспортных предприятий.
22. Международный опыт маркетинга в транспортной сфере.
23. Влияние логистических процессов на маркетинг транспортных услуг.
24. Перспективы развития маркетинга на транспорте в условиях цифровизации экономики.

Блок D (промежуточный контроль)

Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации (зачет с оценкой):

Вопросы для проверки уровня обученности ЗНАТЬ

• сущность, цели и задачи маркетинга на транспорте;
• особенности транспортных услуг как объекта маркетинговой деятельности;
• структуру и особенности функционирования рынка транспортных услуг;
• методы изучения состояния и спроса на услуги транспортного рынка;
• методы проведения маркетинговых исследований в транспортной сфере;
• методы анализа конкурентной среды на рынке транспортных услуг;
• элементы комплекса маркетинга в транспортной отрасли;
• основные принципы формирования тарифов на транспортные услуги;
• особенности ценовой политики транспортных предприятий;
• методы сегментации рынка транспортных услуг;
• способы продвижения транспортных услуг на рынке;
• роль рекламы и PR в маркетинговой деятельности транспортных предприятий;
• значение маркетинговой информационной системы на транспорте;
• современные информационные технологии в транспортном маркетинге;
• методы анализа эффективности маркетинговой деятельности транспортных предприятий;
• основные направления повышения конкурентоспособности транспортных предприятий;
• роль качества транспортных услуг в формировании спроса;
• особенности маркетинговой стратегии транспортного предприятия;
• влияние логистических процессов на маркетинговую деятельность;
• современные тенденции развития транспортного маркетинга.

Задачи для проверки уровня обученности УМЕТЬ и ВЛАДЕТЬ:

•анализировать состояние рынка транспортных услуг и выявлять основные тенденции его развития;
• применять методы маркетинговых исследований для изучения спроса на транспортные услуги;
• проводить сегментацию рынка транспортных услуг и определять целевые сегменты;
• анализировать конкурентную среду транспортного предприятия;
• оценивать конкурентоспособность транспортных услуг;

• разрабатывать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга транспортного предприятия;
• применять методы формирования тарифов на транспортные услуги;
• использовать методы продвижения транспортных услуг на рынке;
• анализировать эффективность маркетинговых мероприятий транспортного предприятия;
• использовать современные информационные технологии в маркетинговой деятельности;
• разрабатывать маркетинговую стратегию транспортного предприятия;
• применять полученные знания и навыки для решения практических задач в сфере транспортного маркетинга;
• оценивать влияние качества транспортных услуг на уровень спроса;
• разрабатывать предложения по повышению конкурентоспособности транспортных предприятий;
• использовать методы анализа маркетинговой информации;
• применять нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность транспортных предприятий;
• проводить анализ эффективности работы транспортного предприятия с точки зрения маркетинга;
• разрабатывать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности транспортной организации.

Пример построения билета промежуточной аттестации (зачет с оценкой):

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ № ___

1. Вопрос для проверки уровня обученности ЗНАТЬ
О методах изучения состояния и спроса на услуги транспортного рынка.
2. Задача для проверки уровня обученности УМЕТЬ
Применять полученные знания и навыки в работе на производстве.
3. Задание для проверки уровня обученности ВЛАДЕТЬ
Основами сравнения и выбора транспортной техники.

Раздел 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

1. **Фронтальный опрос**.

В рамках дисциплины «Маркетинг (на транспорте)» опрос проводится фронтальным методом в устной форме беседы с группой, сочетая его с повторением пройденной темы, как средство для закрепления знаний. Вопросы ставятся таким образом, чтобы ответ имел краткую форму, чтобы последующий вопрос был продолжением предыдущего, для того, чтобы раскрыть все вопросы изученной темы. В результате в активную умственную работу вовлекаются почти все студенты группы, оценка ставится всем участвующим в обсуждении в зависимости от активности каждого и правильности и глубины ответов.

В рамках опроса охватываются темы: «ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ТРАНСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА», «КОМПЛЕКС ТРАНСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА».

Шкала оценивания устного опроса:

Этап (уровень) освоения компетенции*	**Планируемые результаты обучения**** (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	**Критерии оценивания результатов обучения**				
		1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
Способен понимать научные основы технологических процессов в области технологии, организации, планирования и управления технической и коммерческой эксплуатацией транспортных систем	**Владеть ОПК-2:** различными методами маркетинговых исследований, научными основами технологических процессов в области технологии организации, навыками планирования и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем, научными основами технологических процессов в области технологии организации	Не владеет	Не способен выделить основную идею данной компетенции	Способен выделить основные идеи текста, работает с критической литературой по дисциплине	Владеет основными навыками работы с источниками и критической литературой по дисциплине	Способен дать собственную критическую оценку изучаемого материала
	Уметь ОПК-2: провести системный анализ рынка товаров и услуг в коммерческой эксплуатации транспортных систем, применять методы ценообразования и методики расчета цен в области технологии организации, применять различные методы маркетинговых исследований, и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем	Не умеет	Может пересказать смысл данной компетенции	Способен показать основную идею определения оптимальных маршрутов	Способен представить методы определения оптимальных маршрутов	Может соотнести идеи методов определения оптимальных маршрутов
	Знать ОПК-2: основы, принципы, концепции маркетинга коммерческой эксплуатации транспортных систем как управления технологий, научные основы технологических процессов в области технологии организации, основы планирования и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем	Не знает	Не имеет четкого представления о методах определения оптимальных маршрутов	Знает основные системы поиска, отбора и систематизации информации, однако не может определить альтернативные варианты стратегических решений в проблемной ситуации	Понимает методику связанной с профессиональной деятельностью с использованием стандартов, норм и правил	Способен выделить характерный авторский подход к поставленной задаче

Шкала оценивания заданий на практические занятия - текущий контроль.

Диапазон баллов от 0 до 10.

При оценке заданий на практические занятия используются следующие критерии:

- Умение формировать и применять полученные знания на практике.

- Умение выработать при решении практических заданий таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

Отметкой (8-10 баллов) оценивается результат, который показывает прочные умения применять методы определения оптимальных маршрутов на основе теоретических и экспериментальных исследований физических процессов и явлений, владеть способами определения оптимальных маршрутов на основе теоретических и экспериментальных

исследований физических процессов и явлений.

Отметкой (5-7 баллов) оценивается результат, который показывает хорошие умения применять методов определения оптимальных маршрутов на основе теоретических и экспериментальных исследований физических процессов и явлений, владеть способами определения оптимальных маршрутов на основе теоретических и экспериментальных исследований физических процессов и явлений.

Отметкой (3-4 баллов) оценивается результат, который показывает не достаточно хорошие умения применять методы определения оптимальных маршрутов на основе теоретических и экспериментальных исследований физических процессов и явлений, владеть способами определения оптимальных маршрутов на основе теоретических и экспериментальных исследований физических процессов и явлений.

Отметкой (1-2 балл) оценивается результат, который показывает очень слабые умения применять методы определения оптимальных маршрутов на основе теоретических и экспериментальных исследований физических процессов и явлений, и не владеет способами определения оптимальных маршрутов на основе теоретических и экспериментальных исследований физических процессов и явлений.

Отметкой (0 баллов) оценивается ответ, при котором студент демонстрирует непонимание заданий или нет ответа и даже не было попытки выполнения задания.

Шкала оценивания реферата - рубежный контроль.

Диапазон от 0 до 7,5 баллов.

Содержание	Баллы
Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме реферата, выполнена задача заинтересовать читателя. Выполнено деление текста на введение, основную часть и заключение. В основной части логично, связно и полно доказывается выдвинутый тезис. Заключение содержит выводы, логично вытекающее из содержания основной части. Все требования, предъявляемые к реферату выполнены. При защите реферата демонстрирует полное понимание проблемы и для выражения своих мыслей использует термины и определения.	7,5
Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме реферата, в известной мере выполнена задача заинтересовать читателя. В основной части логично, связно, но не достаточно полно доказывается выдвинутый тезис. Заключение содержит выводы, логично вытекающее из содержания основной части. При защите реферата демонстрирует понимание проблемы и для выражения своих мыслей использует термины и определения.	5-6
Во введении тезис сформулирован не четко и не вполне соответствует теме реферата. В основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно убедительно и последовательно. Заключение не полностью соответствуют содержанию основной части. При защите реферата демонстрирует не полное понимание проблемы и язык работы в целом не соответствует уровню магистранта.	3-4
Во введении тезис отсутствует или не соответствует теме реферата. В основной части нет логичного последовательного раскрытия темы. Заключение не вытекают из основной части. При защите реферата демонстрирует полное непонимание проблемы и язык работы можно оценить, как «примитивный».	1-2
Работа отсутствует или написана не по теме.	0

Шкала оценивания доклада - рубежный контроль

Диапазон от 0 до 7,5 баллов.

Содержание	Баллы
Соответствие теме. Наличие основной темы в вводной части и обращенность вводной части к аудитории. Развитие темы в основной части (раскрытие основных положений через систему аргументов, подкрепленных фактами, примерами и т.д.) Наличие выводов, соответствующих теме и содержанию основной части	3,5
Правильность и точность речи во время доклада. Широта кругозора, ответы на вопросы. Соблюдение регламента.	2
Текст доклада написан коротко, хорошо и сформированные идеи ясно изложены и структурированы. Доклад представлен в логической последовательности.	1
Деление текста на введение, основную часть и заключение Логичный и понятный переход от одной части к другой, а также внутри частей	1

Шкала оценивания промежуточного контроля (экзамен)

При оценке устных ответов на проверку уровня обученности ЗНАТЬ учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.

2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.

3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.

4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Отметкой (16-20 баллов) оценивается ответ, который показывает прочные знания принципов методов определения оптимальных маршрутов, методику составления моделей.

Отметкой (10-15 баллов) оценивается ответ, который показывает хорошие знания принципов методов определения оптимальных маршрутов, методику составления моделей.

Отметкой (6-10 баллов) оценивается ответ, который показывает не достаточно хорошие знания принципов методов определения оптимальных маршрутов, методику составления моделей.

Отметкой (1-5 баллов) оценивается ответ, который показывает очень слабые знания принципов методов определения оптимальных маршрутов, методику составления моделей.

При оценке ответов на проверку уровня обученности УМЕТЬ и ВЛАДЕТЬ учитываются следующие критерии:

Отметкой (8-10 баллов) оценивается ответ, при котором студент ставит постановку проблемы собственными словами; оценивает альтернативные решения проблемы; профессионально спроектирует принципиальную схему управления, применяет методику для составления математических моделей элементов и всей системы, производит все необходимые расчеты по определению основных параметров объекта, профессионально владеет универсальной методикой составления математических моделей элементов и систем и способами их решения и анализа. Демонстрирует полное понимание проблемы. Все задания выполнены.

Отметкой (4-7 баллов) оценивается ответ, при котором студент ставит постановку проблемы собственными словами, умеет проектировать принципиальную схему управления, применять методику для составления моделей элементов и всей системы, производит все необходимые расчеты по определению основных параметров объекта, владеет универсальной методикой составления моделей элементов и систем и способами их решения и анализа. Демонстрирует значительное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию выполнены.

Отметкой (1-3 балла) оценивается ответ, при котором студент ставит постановку проблемы

в ситуационном задании собственными словами, но слабо умеет проектировать принципиальную схему управления, применять методику для составления моделей элементов и всей системы, производит все необходимые расчеты по определению основных параметров объекта, слабо владеет универсальной методикой составления моделей элементов и систем и способами их решения и анализа. Демонстрирует совсем небольшое понимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

Отметкой (0 баллов) оценивается ответ, при котором студент демонстрирует непонимание проблемы или нет ответа и даже не было попытки выполнения задания.

Раздел 5. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины / практики и выполнению контрольных заданий

Методические рекомендации студентам.
Изучение дисциплины осуществляется в четырёх формах:
1) посещение лекций;
2) решение практических задач на практических занятиях;
3) закрепление пройденного материала;
4) самостоятельная подготовка.
В процессе аудиторных занятий студенты знакомятся с теоретико-методологическими основами изучаемой дисциплины. Важным условием освоения теоретических знаний является ведение конспектов лекций. Необходимо осмысливание и усвоение терминологии изучаемой дисциплины и важнейших количественных констант. Материалы лекционных курсов следует своевременно подкреплять проработкой соответствующих разделов в учебниках, учебных пособиях, научных статьях и монографиях (см. список литературы).
Дополнительная проработка изучаемого материала проводится на практических занятиях, закрепление пройденного материала осуществляется при выполнении практических работ. При изучении программного материала две третьих общего объема учебной нагрузки магистрантов приходится на самостоятельную работу, которую необходимо выполнять по всем разделам программы в форме изучения рекомендуемой основной и дополнительной литературы, самостоятельных занятий по подбору и анализу литературных источников, выполнению рефератов и докладов. Самостоятельная работа может осуществляться в виде проработки теоретических и практических материалов в учебном помещении оснащенным компьютерами, подключенными к сети «Интернет» с обеспечением доступа в электронную информационно - образовательную среду университета, а также написания рефератов и докладов, выполнения практических заданий, работы в библиотеках и т.п. Обучающиеся должны соблюдать дисциплину, вовремя приходить на занятия, осуществлять должную подготовку к ним, сдавать домашние задания и готовиться к практическим работам, проявлять активность на занятиях. Во время изучения учебной дисциплины текущий контроль знаний студентов осуществляется путем систематического опроса на практических занятиях, проверки результатов выполнения самостоятельных работ. В ходе проведения всех видов занятий значительное место уделяется активизации самостоятельной работы студентов с целью углубленного освоения разделов программы и формирования навыков самообразования.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РЕФЕРАТА
Реферат должен быть выполнен в программе Microsoft Word. Распечатан на одной стороне листа стандартного формата – А4. Поля страницы: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – по 20 мм. Выравнивание текста – по ширине. Красная строка оформляется на одном уровне на всех страницах реферата. Отступ красной строки равен 1,25 см. Шрифт основного текста – Times New Roman. Размер – 14 п. Цвет – черный. Интервал между строками – полуторный. Оформление заголовков. Названия глав прописываются полужирным (размер – 16 п.), подзаголовки также выделяют жирным (размер – 14 п.). Точки в конце заголовок не ставится. Подчеркивать заголовок не нужно! Названия разделов и подразделов прописывают заглавными буквами (ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ). Интервалы после названий и подзаголовков. Между названием главы и

основным текстом необходим интервал в 2,5 пункта. Интервал между подзаголовком и текстом – 2 п. Между названиями разделов и подразделов оставляют двойной интервал. Нумерация страниц ставится внизу страницы по центру. Отсчет ведется с титульного листа, но сам лист не нумеруют. Используются арабские цифры. Примечания располагают на той же странице, где сделана сноска.Они заключаются в скобки. Авторская пунктуация и грамматика сохраняется. Главы нумеруются римскими цифрами (Глава I, Глава II), параграфы – арабскими (1.1, 1.2). Структура реферата:- Титульный лист;- Оглавление;- Введение;- Основная часть;- Заключение; Список использованной литературы (библиография). Объем реферата – 20-30 страниц.

ПОДГОТОВКА ДОКЛАДА

Устное выступление-доклад должен представлять собой не пересказ чужих мыслей, а попытку самостоятельной проблематизации и концептуализации определенной, достаточно узкой и конкретной темы. Все имеющиеся в работе сноски тщательно выверяются и снабжаются «адресами». Недопустимо включать в свою работу выдержки из работ других авторов без указания на это, пересказывать чужую работу близко к тексту без отсылки к ней, использовать чужие идеи без указания первоисточника. Это касается и источников, найденных в Интернете. Необходимо указывать полный адрес сайта. Все случаи плагиата должны быть исключены. В конце работы дается исчерпывающий список всех использованных источников. Порядок выполнения докдада:

1) подготовка плана доклада;
2) работа с источниками и литературой, сбор материала;
3) написание текста доклада;
4) оформление рукописи и предоставление ее преподавателю до начала доклада, что определяет готовность студента к выступлению;
5) выступление с докладом, ответы на вопросы.

Тематика доклада предлагается преподавателем в ФОС.

Основные этапы подготовки доклада:

1) выбор темы;
2) консультация преподавателя;
3) подготовка плана доклада;
4) работа с источниками и литературой, сбор материала;
5) написание текста доклада;
6) оформление рукописи и предоставление ее преподавателю до начала доклада, что определяет готовность студента к выступлению;
7) выступление с докладом, ответы на вопросы.

Тематика доклада предлагается преподавателем в ФОС.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ ЗАДАНИЙ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ. Практические занятия проводятся после изучения соответствующих разделов и тем лекционных занятий. Выполнение обучающимися заданий на практические занятия позволяет им понять, где и когда изучаемые теоретические положения и практические умения могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Цель практических занятий: формирование практических умений и навыков, необходимых в последующей профессиональной деятельности.

Задачи практических занятий:

− обобщить, систематизировать, углубить, закрепить полученные теоретические знания по конкретным темам дисциплин профессионального цикла;
− формировать умения применять полученные знания на практике;
− выработать при решении практических заданий таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

На практических занятиях обучающиеся овладевают первоначальными профессиональными умениями и навыками, которые в дальнейшем закрепляются и совершенствуются в процессе производственно-технологической и преддипломной практики и научно-исследовательской работы.