МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОУ ВПО Кыргызско-Российский Славянский университет им. Б.Н. Ельцина

Маркетинг (на транспорте)

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Автомобильного транспорта**

Учебный план Направление 23.03.03 - РФ, 670200 - КР Эксплуатация транспортно- технологических машин и комплексов
Профиль "Автомобильный сервис"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144
в том числе:
аудиторные занятия 54
самостоятельная работа 54
экзамены 35,7

Виды контроля в семестрах:
экзамены 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (2.2)		Итого	
Недель	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период экзаменационной сессии	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54,3	54,3	54,3	54,3
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	35,7	35,7	35,7	35,7
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):
к.т.н, доцент, Алсеитов М.Т.;д.т.н, профессор, Советбеков Б. _____

Рецензент(ы):
к.т.н, доцент, Дресвянников С.Ю. _____

Рабочая программа дисциплины
Маркетинг (на транспорте)

разработана в соответствии с ФГОС 3++:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 23.03.01 Технология транспортных процессов (приказ Минобрнауки России от 07.08.2020 г. № 911)

составлена на основании учебного плана:
Направление 23.03.01 - РФ, 670300 - КР Технология транспортных процессов
утвержденного учёным советом вуза от 29.06.2021 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Автомобильного транспорта

Протокол от 26.08.2021 г. № 1
Срок действия программы: 2021-2026 уч.г.
Зав. кафедрой д.т.н., профессор Глазунов Дмитрий Владимирович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
13 сентября 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры
Автомобильного транспорта

Протокол от 25 августа 2022 г. № 1
Зав. кафедрой д.т.н., профессор Глазунов Дмитрий Владимирович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
05 сентября 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры
Автомобильного транспорта

Протокол от 28 августа 2023 г. № 1
И. о. заведующего кафедрой, к.т.н., доцент Алсеитов Мирлан Тилегенович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
10 сентября 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Автомобильного транспорта

Протокол от 27 августа 2024 г. № 1
И. о. заведующего кафедрой, к.т.н., доцент Алсеитов Мирлан Тилегенович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
08 сентября 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Автомобильного транспорта

Протокол от 28 августа 2025 г. № 1
И. о. заведующего кафедрой, к.т.н., доцент Алсеитов Мирлан Тилегенович

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целью дисциплины «Маркетинг на транспорте» заключается в получении студентами знаний и практических навыков в области научно-теоретических, методических, правовых и практических основ маркетинговой деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б.04
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Экономика
2.1.2	Менеджмент (на транспорте)
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Транспортная инфраструктура
2.2.2	Управление персоналом
2.2.3	Экономика отрасли

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-2: способностью понимать научные основы технологических процессов в области технологии, организации, планирования и управления технической и коммерческой эксплуатацией транспортных систем	
Знать:	
Уровень 1	основы, принципы, концепции маркетинга коммерческой эксплуатации транспортных систем как управления технологий
Уровень 2	научные основы технологических процессов в области технологии организации
Уровень 3	основы планирования и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем
Уметь:	
Уровень 1	провести системный анализ рынка товаров и услуг в коммерческой эксплуатации транспортных систем
Уровень 2	применять методы ценообразования и методики расчета цен в области технологии организации
Уровень 3	применять различные методы маркетинговых исследований, и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем
Владеть:	
Уровень 1	различными методами маркетинговых исследований, научными основами технологических процессов в области технологии организации
Уровень 2	навыками планирования и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем
Уровень 3	научными основами технологических процессов в области технологии организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	основы, принципы, концепции маркетинга коммерческой эксплуатации транспортных систем как управления технологий;
3.1.2	особенности форм и методов исследования товаров, услуг, идей, организаций и личностей; нормативы, документы, положения, определяющие маркетинговую деятельность;
3.2	**Уметь:**
3.2.1	провести системный анализ рынка товаров и услуг; понимать научные основы технологических процессов в области технологии организации составления маркетинговых программ и планов предприятия; применять методы ценообразования и методики расчета цен;
3.2.2	применять различные методы маркетинговых исследований, и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем
3.3	**Владеть:**
3.3.1	различными методами маркетинговых исследований, научными основами технологических процессов в области технологии организации, планирования и управления технологий и коммерческой эксплуатации транспортных систем

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)								
Код занятия	**Наименование разделов и тем /вид занятия/**	**Семестр / Курс**	**Часов**	**Компетен-ции**	**Литература**	**Инте ракт.**	**Пр. подг.**	**Примечание**

	Раздел 1. Понятия и сущность маркетинга							
1.1	Основные понятия маркетинга /Лек/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			
1.2	Конъюнктура рынка /Лек/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			Лекция с разбором конкретных ситуаций
1.3	Теория потребностей и потребителя /Лек/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			
1.4	Современные концепции маркетинга /Лек/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			Лекция с разбором конкретных ситуаций
1.5	Понятия и сущность маркетинга. Определение понятий: нужды, потребности, запросы, товар, обмен, рынок, спрос, сделка и др. Цели маркетинга /Пр/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			разбор деловых ситуаций
1.6	Понятие экономической конъюнктуры и ее характерные особенности. Параметры рынка: объем рынка, потенциал, емкость рынка, доля рынка /Пр/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			Ситуационное задание
1.7	Сущность и виды потребностей; иерархия потребностей (пирамида Маслоу); /Пр/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			экспрес-опрос
1.8	Эволюция концепции маркетинга: производственная, товарная, сбытовая, рыночная ориентация, социально-ответственного маркетинга. /Пр/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			Ситуационное задание
1.9	Использование принципов маркетинга при проведении экономических реформ и становления рыночной экономики: ориентация деятельности на требования потребителя: целенаправленность и активное воздействие на формирование спроса. Сложность использования маркетинга как науки и практики рыночной экономики /Ср/	5	5	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			
1.10	Потребительская стоимость; норма потребительской стоимости; алгоритм ее расчета и анализа. /Ср/	5	5	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			

1.11	Соотношение интересов предприятий и общества. Основные требования к социально-этическому маркетингу и проблемы повышения качества жизни. Среда маркетинга: внешняя макросреда, внешняя микросреда, внутренняя среда организации. /Ср/	5	5	ОПК-2	Л1.3 Л1.2Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			
	Раздел 2. Методы продвижения в маркетинге							
2.1	Товар в системе маркетинга /Лек/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			Лекция с разбором конкретных ситуаций
2.2	Цена и ее функции в маркетинге /Лек/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			
2.3	Маркетинговые исследования и сегментация рынка /Лек/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3	2		Лекция с разбором конкретных ситуаций
2.4	Методы продвижения в маркетинге /Лек/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3	2		
2.5	Система коммуникации в маркетинге /Лек/	5	1	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			Лекция с разбором конкретных ситуаций
2.6	Три уровня товара; товар в реальном исполнении, товар с подкреплением. Основные виды классификации товаров: длительного пользования, услуги, товары промышленного назначения, товары широкого потребления /Пр/	5	2	ОПК-2	Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			
2.7	Основные направления, правила и процедуры маркетинговых исследований. Комплексный анализ рынка, единый исследовательский процесс изучения рынка и оценки собственной маркетинговой деятельности предприятия. /Пр/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3	2		Ситуационное задание
2.8	Понятие спроса и предложения. Рыночное равновесие. Ценовая эластичность. Ценовая и неценовая конкуренция. Политика цен и ее цели. Классификация ценообразующих факторов. Виды цен и их экономическая характеристика. /Пр/	5	2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			

2.9	Реклама: понятие, сущность, составление рекламы (рекламодатели, рекламные агентства, средства рекламы, потребители). Критерии выбора каналов распространения рекламы. Особенности проведения рекламной компании методом директ-мейл. Планирование рекламы. /Пр/	5	3	ОПК-2	Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3	2		Ситуационное задание
2.10	Товарный знак и его сущность. Основные понятия товарно-знаковой практики: марка, марочное название, товарный знак, авторское право и др. Многомарочный подход как маркетинговый прием продавца. Сущность товарной политики и ее формирование. Формирование ассортимента и управление ассортиментом в маркетинге; технология планирования ассортимента. Разработка концепции нового товара. /Ср/	5	5	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			
2.11	Стратегия установления цены на новые товары. Стратегии установления цен на уже существующие товары. Ценовая тактика: установление стандартных или меняющихся цен; установление единой цены; психологически привлекательные цены; ступенчатое дифференцирование цен; перераспределение издержек в рамках ассортимента или номенклатуры; способы включения транспортных расходов в цену продукции; система скидок с цены. Расчет экспортной цены. Рыночное страхование цен. /Ср/	5	5	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			
2.12	Критерии сегментации рынка и метолы рыночной сегментации; выбор делового рынка. Концепция системы маркетинговой информации. Анализ вторичной информации. Сбор и анализ первичных данных. Использование методов и методик сбора информации для количественного анализа в исследовании рынка (опросы потребителей, с помощью анкет, хронометража, подсчета покупателей /Ср/	5	4,8	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			

2.13	Концепция логистики и ее влияние на маркетинг. Функции логистики в сфере товародвижения. Обработка заказов. Виды запасов. Каналы распределения товародвижения. Число уровней канала. Роль посредников; их характеристика. Интенсивность использования каналов движения потребительских товаров. /Ср/	5	4	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1			
2.14	Современная система деловой коммуникации; методы паблик рилейшнз. Ярмарки и выстави: их назначение на товарном рынке и организация проведения. Личные продажи. Формирование спроса и стимулирование сбыта (ФОССТИС). Необходимость сервиса в маркетинговой деятельности. /Ср/	5	4	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			
2.15	/КрТО/	5	0,2	ОПК-2	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы для проверки уровня обученности "ЗНАТЬ":
1.Социально-экономическую сущность маркетинга.
2.Современная концепция маркетинга.
3.Эволюция содержания и форм маркетинга.
4.Основные принципы и цели маркетинга.
5.Основные этапы управления маркетингом.
6.Факторы, влияющие на стратегию маркетинга фирмы.
7.Основные функции маркетинга
8.Направления исследований в маркетинге.
9.Методы исследований в маркетинге
10.Система маркетинговой информации.
11.Схема маркетингового исследования.
12.План сбора первичных данных.
13.Основные факторы микросреды.
14.Основные факторы макросреды.
15.Модель поведения конечного потребителя.
16.Факторы, влияющие на покупательское поведение.
17.Процесс принятия решения о покупке
18.Общая классификация потребностей и их учет в маркетинге предприятий.
19.Спрос, специфика его формирования и прогнозирования.
20.Механизм рыночного регулирования спроса и предложения на транспорте.
21.Специфика транспортных услуг как товара и их учет в маркетинге.
22.Характеристики потребителей транспорта и методы их исследования.
23.Стратегии маркетинга предприятий при различных рыночных условиях.
24.Характеристики рынка транспортных услуг, внешние и внутренние факторы.
25.Сегментация рынка и рыночные "ниши".
26.Конкуренция, и ее оценка в маркетинге предприятий.
27.Инновации в маркетинге предприятия с учетом жизненного цикла товаров.
28.Организация управления маркетингом в предприятии и кадровая политика.
29.Специфика международного маркетинга.
30.Социально-этические вопросы маркетинга и права потребителей.
31.Реклама и внешние связи ("паблик рилейшнз") предприятия.

Вопросы для проверки уровня обученности "УМЕТЬ":
1. Определить процесс сегментации рынка.

2. Раскрыть сущность модели процесса покупки товара промышленного назначения.
3. Определить целевой сегмент рынка и позиционирование товара.
4. Раскрыть сущность товара. Три уровня товара.
5. Определить классификация товаров широкого потребления.
6. Определить классификация товаров промышленного назначения.
7. Определить Жизненный цикл товара и кривая прибыли.
8. Раскрыть сущность критериев определения новых товаров.
9. Раскрыть сущность этапов разработки нового товара.
10. Определить Структуру и уровни каналов распределения.
11. Раскрыть сущность природы каналов распределения и их функции.
12. Раскрыть сущность вертикальных и горизонтальных маркетинговых систем.
13. Определить управление каналами товародвижения
15. Раскрыть сущность розничной торговли.
16. Спрос. Варианты кривых спроса. Эластичность.
17. Раскрыть сущность предложения. Рыночная (равновесная) цена.
18. Определить факторы, влияющие на уровень цен.
19. Определить этапы процесса ценообразования.

Задания для проверки уровня обученности "ВЛАДЕТЬ":

Ситуационное задание 1. Построение матрицы «продукт – решение о покупке».
Постройте матрицу «продукт – решение о покупке»:
•горизонтальная ось - использование продукта (личное / производственное);
•вертикальная ось - решение о покупке (индивидуальное / коллективное)
Расположите нижеперечисленные товары (услуги) на матрице «продукт – решение о покупке» в соответствии с тем, в каких целях используется товар (для личного потребления или в производственно-коммерческих целях) и сколько лиц участвует в принятии решения о покупке. Есть ли товары (услуги), чье положение на матрице определяется неоднозначно? Поясните свой ответ.
Примеры для выполнения задания: легковой автомобиль, холодильник, детская одежда, женские сапоги, дерево обрабатывающий станок, самолет, мягкая игрушка, телевизор, продукты питания (красная икра), сигареты, квартира, стиральный порошок, услуги ресторана, автоматическая линия по производству хлеба, компьютер, DVD-плейер, услуги туристической фирмы (летний отдых), услуги авиакомпании (деловая поездка), продукты питания (кефир), мягкая мебель для гостиной, новое производственное помещение.
Ситуацонное задание 2. Выявление особенностей принятия решение о покупке различными типами потребителей.
Два покупателя – студент и снабженец полиграфического предприятия приобретают компьютер и принтер. Первый приобретает технику для себя, второй – для предприятия, на котором она используется для дизайнерских работ.
Проанализируйте возможные отличия в поведении покупателя-студента и покупателя-снабженца, ответив на следующие вопросы:
1.В силу каких причин может возникнуть потребность в данном товаре у обоих?
2.Какие источники информации, необходимые для правильного выбора товара, будут использовать эти покупатели?
3.Какими критериями, скорее всего, будут руководствоваться дан¬ные покупатели при выборе модели товара и при выборе поставщика (мага¬зина)?
4.Как вЫ считаете, у кого из покупателей выбор может оказаться больше?
5.Какие факторы могут оказать влияние на каждого конкретного покупателя в процессе принятия им решения о покупке?
6.Кто может оказать влияние на их выбор и окончательное решение?
7.В чем будет заключаться риск от принятого решения для обоих?
Ситуационное задание 3. Разработка стратегий влияния для особых типов покупательского поведения
Изучите характеристики особых типов покупательского поведения (импульсивные покупки, поиск разнообразия).
На примере конкретных товаров / услуг, сформулируйте стратегии влияния для каждого типа покупательского поведения.
Разработайте рекомендации по основным элементам комплекса маркетинга.
Результаты оформите в виде таблицы 1. См Приложение
Ситуационное задание 4. Анализ результатов исследования покупательского поведения.
По результатам исследования покупательского поведения, в зависимости от размаха поиска информации при принятия решения о покупке, были выделены три сегмента рынка. По каждому сегменту, от общего числа покупателей был определен процент купивших марку компании. Результаты приведены в таблице 2 См Приложение
Какие выводы можно сделать на основе этих результатов? Предложите компании рекомендации по повышению эффективности влияния на решение потребителей
Расчетное задание 5. Иллюстрация правил покупательских решений
На основе данных таблицы 4См Приложение определите, какие правила решения приведут покупателя к выбору каждой из четырех марок.
Прокомментируйте полученные результаты. Для каждой из марок предложите стратегии влияния и все возможные изменения, способные улучшить ее положение
Расчетное задание 5. Иллюстрация правил покупательских решений

На основе данных таблицы 4 определите, какие правила решения приведут покупателя к выбору каждой из четырех марок.
Ситуационное задание 6. Как попасть в набор альтернатив покупателя?
Вы являетесь владельцем ресторана русской кухни, расположенного в спальном районе города. Поскольку заведение

новое, необходимо, чтобы Ваше заведение попало в набор альтернатив потребителя, то есть было узнаваемым и по ключевым характеристикам соответствовало предпочтениям целевого сегмента.
Какие рекламные мероприятия Вы могли бы предложить для своего заведения? Какой информацией о нем, в первую очередь, постарались обеспечить бы потребителя?
Если потребитель раньше никогда не бывал в Вашем ресторане, считая, что все заведения подобного типа имеют ограниченное меню, низкий уровень сервиса и специфичную атмосферу, каким образом Вы постарались бы изменить его отношение?
Ситуационное задание 7. Моделирование процесса принятия решения о покупке
Выберите категорию товара / услуги. Опишите ее типичного целевого потребителя. Смоделируйте процесс принятия решения о покупке, характерный для большинства потребителей, впервые приобретающих такой товар/услугу:
•проанализируйте этапы процесса принятия решения о покупке,
•определите критерии предпокупочной оценки вариантов и их вес для типичного потребителя вашего товара / услуги,
•укажите наиболее значимые факторы, влияющие на покупательское поведение.
Определите тип принятия решения о покупке данного товара / услуги. Предложите маркетинговые мероприятия, позволяющие эффективно воздействовать на покупателя на каждом этапе процесса принятия решения.
Ситуационное задание 8. Диагностика процесса принятия решения о покупке
С целью диагностики процесса принятия решения о покупке разработайте опросник.
Вопросы должны позволить Вам измерить следующие основные аспекты поведения потребителя:
•мотивацию и осознание потребности;
•поиск информации;
•предпокупочную оценку вариантов;
•покупку;
•оценку результата покупки.
Проведите опрос потребителя по поводу его покупок в двух различных категориях товаров / услуг, На основе полученной информации сделайте заключение о типе покупательского решения и степени заинтересованности в каждом случае.
Ситуационное задание 9. Оценка покупательской логистики и внутримагазинных факторов.
На основе примера из реальной деловой практики проведите анализ основных аспектов покупательской логистики и внутримагазинных факторов влияния на покупательское поведение.
Ситуационное задание 10. Измерение установки к марке по методу идеальной точки
В таблице 5 См Приложение приведены результаты измерения отношения потребителей к марке безалкогольного напитка, проведенного с использованиеммногофакторного метода идеальной точки. Вычислите отношение к марке. Определите, какие показатели продукта потребители воспринимают как его сильные стороны, а какие – как слабые? Предложите все возможные изменения, способные улучшить отношение к марке.

5.2. Темы курсовых работ (проектов)

Учебным планом по данной дисциплине "Маркетинг (на транспорте)" не предусмотрено написание курсовой работы.

5.3. Фонд оценочных средств

Шкала оценивания по экспресс- опросу, приведено в Приложение 1.
Выполнения аналитических заданий. Шкала оценивания по написанию аналитических заданий, приведено в Приложение 1.
Аналитическое задания как форма научно-исследовательской работы студентов представляет собой самостоятельную деятельность студента, направленную на получение и применение новых знаний и включающую в себя фундаментальные , прикладные научные исследования и экспериментальные разработки. В самом общем понимании она предполагает проведение работ поискового теоретического и прикладного характера, выполнямых с целью проверки научных гипотез, научных обобщений, научного обоснования проектов, а также расширения, углубления и систематизации знаний по определенной научной проблеме и создания некоторого научного задела в данной плоскости.
Устный опрос. Устный опрос на практических (семинарских) занятиях по отдельным темам.
Шкала оценивания по устному опросу, приведено в Приложение 1.
Презентация по предложенной тематике лекционных тем. Презентация представляет собой презентацию-отчет и предполагает ознакомление определенной группы людей (экспертов, а затем и студентов потока) с результатами командной работы .
Шкала оценивания по дисциплине «Маркетинг на транспорте» - Приложение 1.
Технологическая карта по дисциплине «Маркетинг на транспорте» (5семестр) – Приложение 2.

5.4. Перечень видов оценочных средств

1. Экспресс-опросы.
2. Аналитические задания.
3. Устный опрос.
4. Презентация.

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	К.М. Алмакучуков	Маркетинг : теоретико-методологические аспекты	Б. : Мага
Л1.2	Т.В. Косицына	Рекламная деятельность: Методические указания к лекционным, семинарским занятиям	Бишкек : Изд-во КРСУ 2013
Л1.3	О.Н. Синицына	Маркетинг: Учебное пособие	УМО М. : Кнорус 2016
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Захаров С.В., Сербиновский Б.Ю., Павленко В.И.	Маркетинг: Учебник для ВУЗов	Ростов н/Д: Феникс 2009
Л2.2	Ч.К. Оторбаева	Методика проведения практических занятий по дисциплине : Учебно-методическое пособие для студентов	Бишкек : КРСУ 2015
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 c	http://www.iprbookshop.ru/71036.html	
Э2	Мансуров Р.Е. Технологии маркетинга [Электронный ресурс] : практикум / Р.Е. Мансуров. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2017. — 182 c.	http://www.iprbookshop.ru/69015.html	
Э3	Делятицкая А.В. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.В. Делятицкая, А.В. Косова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российский государственный университет правосудия, 2016. — 120 c.	http://www.iprbookshop.ru/65864.html	

6.3. Перечень информационных и образовательных технологий	
6.3.1 Компетентностно-ориентированные образовательные технологии	
6.3.1.1	Традиционная лекция предполагает презентацию материала по теме учебной дисциплины с применением
6.3.1.2	мультимедийного оборудования или с использованием раздаточного материала. К традиционным семинарам и
6.3.1.3	практическим занятиям относятся устные опросы и доклады по вопросам курса.
6.3.1.4	Интерактивное занятие построено на постоянной обратной связи между преподавателем и аудиторией,
6.3.1.5	поощряет
6.3.1.6	ведомые беседы магистрантов с преподавателем. В отличие от традиционного занятия, интерактивное занятие
6.3.1.7	требует от участников активного участия и постоянной обработки информации.
6.3.1.8	К формам интерактивных лекций, применяемых в рамках дисциплины «Технология рекламной деятельности», относятся: лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция с разбором конкретных
6.3.1.9	ситуаций.
6.3.1.10	Лекция-беседа, или «диалог с аудиторией», является наиболее распространенной и сравнительно простойформой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Эта лекция предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала сучетом особенностей обучаемых. Лекция-дискуссия. В отличие от лекции-беседы здесь преподаватель при изложении лекционногоматериала нетолько использует ответы слушателей на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами.Дискуссия – это взаимодействие преподавателя и учащегося, свободный обмен мнениями, идеями взглядами поисследуемому вопросу. Это оживляет учебный процесс, активизирует познавательную деятельность аудитории и, что очень важно, позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых обучаемых.По ходу лекции-дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или краткосформулированных проблем и предлагает студентам коротко обсудить, затем краткий анализ, выводы и лекция продолжается.Лекция с разбором конкретных ситуаций. Данная лекция по форме похожа на лекцию-дискуссию, обсуждение преподаватель ставит не вопросы, а конкретную ситуацию. Обычно, такая ситуация представляется устно или в очень короткой видеозаписи, диафильме. Поэтому изложение ее должно быть очень кратким, но содержать достаточную информацию для оценки характерного явления и обсуждения.
6.3.1.11	обсуждают эти микроситуации и обсуждают их сообща, всей аудиторией.
6.3.1.12	
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и программного обеспечения	

6.3.2.1	http://www.iprbookshop.ru/7 1036.html - Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 c.
6.3.2.2	http://www.iprbookshop.ru/6 9015.html - Мансуров Р.Е. Технологии маркетинга [Электронный ресурс] : практикум / Р.Е. Мансуров. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2017. — 182 c.
6.3.2.3	http://www.iprbookshop.ru/6 5864.html - Делятицкая А.В. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.В. Делятицкая, А.В. Косова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российский государственный университет правосудия, 2016. — 120 c.
6.3.2.4	

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Требуемое материально-техническое обеспечение включает в себя:
7.2	– лекционная аудитория на 26 посадочных мест (корпус 5 аудитория 103, 104);
7.3	– аудитория для проведения практических и семинарских занятий (корпус 5 аудитория 103, 104);
7.4	–компьютерный класс (с подключением к Интернет-сети) для индивидуальной самостоятельной работы студентов, подготовки домашних заданий, презентаций, письменных работ (корпус 11 аудитория 110,);
7.5	–комплекс мультимедийного оборудования (компьютер, проектор и экран) для проведения лекций и презентаций;
7.6	–интерактивнаядоска.
7.7	–компьютерныетехнологии, электроннаяпочта

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

Технологические карты дисциплины (5 семестр) приведено в Приложении 2.
Указания для выполнения контрольных точек и самостоятельных работ 5 семестр
Модуль I. Понятия и сущность маркетинга
1.1. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Текущий контроль (контрольные точки): Шкала оценивания по экспресс- опросу, приведено в Приложение 1.
Текущий контроль- Оценка за контроль посещаемости занятий и активности студентов на практических занятиях.
1.2. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Рубежный контроль (контрольные точки): Выполнения аналитических заданий. Шкала оценивания по написанию аналитических заданий, приведено в Приложение 1.
Аналитическое задания как форма научно-исследовательской работы студентов представляет собой самостоятельную деятельность студента, направленную на получение и применение новых знаний и включающую в себя фундаментальные , прикладные научные исследования и экспериментальные разработки. В самом общем понимании она предполагает проведение работ поискового теоретического и прикладного характера, выполнямых с целью проверки научных гипотез, научных обобщений, научного обоснования проектов, а также расширения, углубления и систематизации знаний по определенной научной проблеме и создания некоторого научного задела в данной плоскости.

Модуль 2. Необходимость сервиса в маркетинговой деятельности.
2.1. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Текущий контроль (контрольные точки): Устный опрос. Устный опрос на практических (семинарских) занятиях по отдельным темам.
Шкала оценивания по устному опросу, приведено в Приложение 1.
2.2. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Рубежный контроль (контрольные точки): Презентация по предложенной тематике лекционных тем. Презентация представляет собой презентацию-отчет и предполагает ознакомление определенной группы людей (экспертов, а затем и студентов потока) с результатами командной работы .

При выполнении работ в соответствии с рабочей программой дисциплины и графиком самостоятельной работы (СРС) рекомендуется использовать учебно-методическое пособие «Методы организации самостоятельной работы студентов». Бишкек: КРСУ,2014.123 с. Данное пособие имеется в учебно-методическом кабинете кафедры менеджмента (аудитория 14/108). Электронная версия данного методического пособия представлена на сайте кафедры менеджмента (http://menegement.krsu.edu.kg).
Методические материалы по дисциплине «Маркетинг на транспорте»:
1. Шкала оценивания по дисциплине «Маркетинг на транспорте» - Приложение 1.
2. Технологическая карта по дисциплине «Маркетинг на транспорте» (1 семестр) – Приложение 2.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Шкалы оценивания по дисциплине «Маркетинг на транспорте»

- ***Оценочные средства текущего и рубежного контроля***

1. Устный опрос на практических (семинарских) занятиях по отдельным темам

Критерий	Вес критерия [1]	Минимальный ответ - 0-59%	Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %	Законченный полный ответ - 70-84 %	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %	Баллы
Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.	2	Неполные ответы. Отсутствие знаний по изучаемой предметной области.	Обоснованный ответ на примерах собственных наблюдений.	Общее представление о понятиях изучаемой темы.	Точное формулирование ответа по заданному вопросу предметной области.	
Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.	1	Отсутствие в полной мере терминологии предметной области	Недосточное использование терминологии в содержании ответа	Применение терминологии в неполной мере	Четко сформулированный ответ с качественно подобранным набором терминов	
Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.	1	Понимание не в достаточной мере сущности явлений и процессов. Необоснованные краткие выводы	Раскрытие сущности явлений на основе суждений и обоснованных выводах	Умение объяснить сущность явлений на основе собственных выводов.	Проявление навыков понимания и умения логичности происходящих явлений, исходя из правильно аргументированных выводах	
Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.	1	Отсутствие навыков выражать свое мнение и в полной мере отвечать на поставленные вопросы	Умение раскрыть ответ без применения логики и последовательности выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме	Владение не в полной мере монологической речью в логически изложенных и обоснованных ответах на поставленные вопросы	Четкое владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме	
Итоговая оценка						

[1] По 100-балльной шкале

2. Экспресс-опросы перед началом (или в конце) каждой лекции

Критерий	**Оценка в баллах[2]**
минимальный ответ: путает термины и их определения. Общее представление о понятиях изучаемой темы.	0-59
Изложенный частично раскрытый ответ: Недосточное использование терминологии в содержании ответа	60-69
законченный полный ответ: содержание вопроса раскрыто, не все определения точно сформулированы	70-84
образцовый, примерный, достойный подражания ответ: глубокое понимание темы. четко сформулированные ответы. знание терминологии	85-100

3. Реферат

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Баллы**
Содержание реферата	1	несоответствие содержания реферата выбранной теме (поставленному вопросу)	содержание реферата не раскрывает в полном объеме поставленную тему, отсутствует аргументированность в изложении. неполное или неточное определение понятий	в содержание реферата соответствует выбранной теме, но раскрытие темы остается не обоснованным	содержание реферата полностью соответствует выбранной теме; тема раскрыта исчерпывающе полно, профессионально, грамотно. Достаточная аргументированность содержания реферата	
защита на занятии	0,5	демонстрирует полное непонимание проблемы и язык работы можно оценить, как «примитивный»	демонстрирует не полное понимание проблемы и язык работы в целом не соответствует уровню своего курса	демонстрирует понимание проблемы и для выражения своих мыслей не пользуется упрощенно-примитивным языком.	демонстрирует полное понимание проблемы и для выражения своих мыслей не пользуется упрощенно-примитивным языком	
соответствие форматным требованиям оформления и грамотное изложение текста	0,5	Во введении тезис отсутствует или не соответствует теме реферата, Отсутствует деление текста на введение, основную часть и заключение, В основной части нет логичного последовательного раскрытия темы, Выводы не	Во введении тезис сформулирован не четко, и не вполне соответствует теме реферата, В основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и	Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме реферата, в известной мере выполнена заинтересовать читателя, В основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается	Деление текста на введение, основную часть и заключение, Деление текста на введение, основную часть и заключение, Заключение содержит	

[2] По 100-балльной шкале

		вытекают из основной части. Наличие орфографических ошибок	последовательно, Заключенные выводы не полностью соответствуют содержанию основной части. Наличие орфографических ошибок.	выдвинутый тезис, Заключение содержит выводы, логично вытекающее из содержания основной части	выводы, логично вытекающее из содержания основной части. Отсутствие орфографических ошибок	
качество handout (раздаточного материала)	1	отсутствие handout (раздаточного материала)	структура handout не раскрывает темы реферата	структура handout соответствует теме, но не раскрывает ее в полном объеме	структура handout выдержана в соответствии с темой реферата; использован творческий подход	
Итоговая оценка						

4. ПИР

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Баллы**
аргументированные оценки реферируемых положений, а также субъективные выводы, положения и оценки автора-исследователя	**2**	отсутствие аргументов в обосновании оценки реферируемых положений	аргументированность оценки изучаемых областей только частично обосновывает причины явлений	в отчете продемонстрированы частичные выводы оценки реферируемых положений	подведение итогов исследования составлено на основе аргументированной оценки исследования	
использование развернутых доказательств, сравнений, рассуждений по исследуемому вопросу	1	в отчете отсутствуют доказательства по исследуемому вопросу	частичное использование доказательств и фактов в аргументации оценок	доказательства и сравнения не в полной мере отражают выводы	сравнительный анализ обоснован развернутыми доказательствами и выводами	
определение нового, существенного по интересующей проблеме в уже проведенных исследованиях	1	новизна исследования в отчете отсутствует	существенно новых положений в исследовании студента не выявлено	в определении новых положений не в полной мере отражены выводы	продемонстрированы новизна и существенные доводы	
определение дальнейших перспектив развития исследовательской мысли в данной области	2	отсутствие перспектив развития исследовательской мысли	определение дальнейших перспектив развития исследовательской мысли не в полной мере отражает цели роста	перспективы развития исследовательской мысли только частично отражают современные тенденции роста в данной области	в отчете четко отслеживается развитие дальнейших перспектив исследовательской мысли в данной	

			предметной области		области	
соответствие отчета ПИР форматным требованиям оформления	1	не соблюдены правила оформления ПИР	частично выдержаны требования по оформлению ПИР	выдержаны требования по шрифту, интервалам, абзацному отступу, расстановке переносов	соблюдены все правила оформления ПИР	
Итоговая оценка						

5. Доклад (экспресс-сообщение)

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Баллы**
содержание доклада и раскрытие поставленной темы	**1**	Доклад не соответствует выбранной теме или проблематике. Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Доклад не в полной мере соответствует выбранной теме или проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны или выводы не обоснованы	Презентация соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация соответствует выбранной теме или проблематике и содержит элементы анализа, сделанного лично студентом	
качество handout (раздаточного материала)	0,5	Handout отсутствует	Handout не раскрывает тему доклада. Представляемая информация не систематизирована и не последовательна.	В handout проблема раскрыта. Представляемая информация систематизирована и последовательна.	Проблема раскрыта полностью. Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Есть творческий подход к работе	
устная презентация доклада	0,5	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и не последовательна.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Не все выводы сделаны или обоснованы. Ответы на вопросы полные или частично	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Выводы сделаны.	

				полные.	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
новизна и оригинальность положений	1	Нет новизны и оригинальности	Только ответы на элементарные вопросы	Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы.	Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы.	
Итоговая оценка (в %)						

6. Эссе

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Баллы**
Соответствие ответа выбранной теме (поставленному вопросу)	2	несоответствие текста выбранной темы (поставленному вопросу)	содержание ответа не раскрывает в полном объеме поставленный вопрос, отсутствует аргументированность в изложении ответа поставленному вопросу	в ответе достигнуто смысловое единство текста, аргументов, практических примеров и иллюстраций, цитат	дан исчерпывающий ответ на поставленный в теме эссе вопрос;; в ответе достигнуто смысловое единство текста, аргументов, практических примеров и иллюстраций, цитат	
Полнота раскрытия темы	1	содержание текста эссе не раскрывает тему	тема не раскрыта в полном объеме	раскрытие темы остается не обоснованным выводами, суждениями	тема раскрыта полностью, профессионально, грамотно. все термины и понятия, заявленные в теме, определены полно и точно, в органической связи с содержанием вопроса	

Правильность фактического материала, уместность приводимых в тексте высказываний, корректность оформления цитат	1	отстутствие фактического материала, цитат и высказываний автора	изложение текста эссе на основе фактического материала	правильность фактического материала, уместность приводимых в тексте высказываний	в эссе четко формулируется и аргументированно отстаивается авторская позиция на основе корректности цитат и высказываниях автора.	
Структурированность эссе («вступление – основная часть – заключение») и логичность изложения	1	отсутствие структуры эссе и логичности изложения	в раскрытии темы акцент на вступление, отствутствие основной части и выводов в изложении текста	структура ответа выдержана в полном объеме; эссе завершается обоснованным обобщением и выводом	структура ответа выдержана в полном объеме; эссе завершается обоснованным обобщением и выводом в полном объеме эссе	
Оформление эссе	2	не соблюдены правила оформления эссе	частично выдержаны требования по оформлению эссе	выдержаны требования по шрифту, интервалам, абзацному отступу, расстановке переносов	соблюдены все правила оформления эссе. эссе написано грамотно (не содержит орфографических ошибок), без произвольных сокращений и не содержит информации, не относящейся к предмету ответа	
Итоговая оценка						

7. Эссе

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Баллы**
Соответствие ответа выбранной теме (поставленному вопросу)	2	несоответствие текста выбранной темы (поставленному вопросу)	содержание ответа не раскрывает в полном объеме поставленный вопрос, отсутствует аргументированность в изложении ответа поставленному вопросу	в ответе достигнуто смысловое единство текста, аргументов, практических примеров и иллюстраций, цитат	дан исчерпывающий ответ на поставленный в теме эссе вопрос;; в ответе достигнуто смысловое единство текста, аргументов, практических примеров и иллюстраций, цитат	

Полнота раскрытия темы	2	содержание текста эссе не раскрывает тему	тема не раскрыта в полном объеме	раскрытие темы остается не обоснованным выводами, суждениями	тема раскрыта полностью, профессионально, грамотно. все термины и понятия, заявленные в теме, определены полно и точно, в органической связи с содержанием вопроса	
Правильность фактического материала, уместность приводимых в тексте высказываний, корректность оформления цитат	2	отстутствие фактического материала, цитат и высказываний автора	изложение текста эссе на основе фактического материала	правильность фактического материала, уместность приводимых в тексте высказываний	в эссе четко формулируется и аргументированно отстаивается авторская позиция на основе корректности цитат и высказываниях автора.	
Структурированность эссе («вступление – основная часть – заключение») и логичность изложения	1	отсутствие структуры эссе и логичности изложения	в раскрытии темы акцент на вступление, отствутствие основной части и выводов в изложении текста	структура ответа выдержана в полном объеме; эссе завершается обоснованным обобщением и выводом	структура ответа выдержана в полном объеме; эссе завершается обоснованным обобщением и выводом в полном объеме эссе	
Оформление эссе	2	не соблюдены правила оформления эссе	частично выдержаны требования по оформлению эссе	выдержаны требования по шрифту, интервалам, абзацному отступу, расстановке переносов	соблюдены все правила оформления эссе. эссе написано грамотно (не содержит орфографических ошибок), без произвольных сокращений и не содержит информации, не относящейся к предмету ответа	
Итоговая оценка						

8. Постер или стендовый доклад

Критерий	Вес критерия	Минимальный ответ - 0-59%	Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %	Законченный полный ответ - 70-84 %	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %	Баллы
Цели и задачи исследовательской работы	**2**	Цели и задачи исследовательской работы не достигнуты. Проблема не раскрыта.	Цели и задачи исследовательской работы не достигнуты в полной мере. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны или выводы не обоснованы	Цели и задачи исследовательской работы достигнуты. Проблема раскрыта. Выводы сделаны, но не обоснованы	Цели и задачи исследовательской работы достигнуты. Постер содержит элементы анализа, сделанного лично студентом	
Описание алгоритма проведенного исследования	2	Нет описания алгоритма проведенного исследования	Описание алгоритма проведенного исследования есть, но проведено не корректно	Есть стандартное описание алгоритма проведенного исследования	Описание алгоритма проведенного исследования проведено корректно и с творческим подходом. Выводы сделаны.	
Методы, используемые в ходе исследовательской деятельности	2	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и не последовательна.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Не все выводы сделаны или обоснованы. Ответы на вопросы полные или частично полные. Есть текстовое описание использованных методов исследования	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Методы исследования представлены в графическом или иллюстративном виде, с использованием различных видов диаграмм.	

Основные выводы и результаты	2	Нет новизны и оригинальности. Отсутствуют выводы	Представляемая информация не систематизирована и не последовательна. Только ответы на элементарные вопросы	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Есть творческий подход	
Соблюдение основных правил визуального построения постера	2	Нет соответствия основным правилам построения постера	Не обеспечена наглядность предоставления информации	Обеспечена наглядность предоставления информации. Правильно соотнесены текстовые и иллюстративные составляющие постера.	Обеспечена наглядность предоставления информации. Правильно соотнесены текстовые и иллюстративные составляющие постера, удачно использованы цветовые сочетания.	
Итоговая оценка						

9. PowerPoint презентация

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Баллы**
Соответствие презентации выбранной теме или проблематике	2	Презентация не соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация не в полной мере соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация соответствует выбранной теме или проблематике и содержит элементы анализа, сделанного лично студентом	

Полнота раскрытия задания на презентацию	2	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы сделаны.	
Структурированность слайдов и логичность изложения	2	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2-х профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.	
Грамотность и наглядность оформления слайдов	2	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2-х ошибок в представляемой информации	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представленной информации	
Соответствие выступления (защиты презентации) принятым правилам	2	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные или частично полные.	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Итоговая оценка						

- ***Промежуточная аттестация (экзамен)***

Уровень освоения компетенции	Вес, %	Баллы[3]
оценка уровня обученности «знать»	28	8
оценка уровня обученности «уметь»	36	11
оценка уровня обученности «владеть»	36	11
Итого	**100**	**30**

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.

Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 % (6,8-8 баллов) оценивается ответ, который показывает прочные знания по основным тезисам вопроса, студент профессионально рассуждает о характере воздействия субъектов и объектов, методах и способах их регулирования; глубокие знания теоретических основ дисциплины.

Законченный полный ответ - 70-84 % (5,6-6,7 баллов) оценивается ответ, который показывает хорошие знания по основным тезисам вопроса, студент не очень хорошо разбирается в характере воздействия, методах и способах регулирования; не очень глубокие знания теоретических основ дисциплины.

Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 % (4,8-5,5 баллов) оценивается ответ, который показывает недостаточно хорошие знания по основным тезисам вопроса, студент плохо разбирается в характере воздействия, методах и способах регулирования; плохо знает теоретические основы дисциплины.

Минимальный ответ - 0-59% (0-4,7 баллов) оценивается ответ, который показывает очень слабые знания по основным тезисам вопроса, студент не разбирается в характере воздействия, методах и способах регулирования; не знает теоретических основ дисциплины.

Тест (оценка уровня обученности «знать»)

правильные ответы в тесте, %	оценка за тест	оценка в баллах
85 – 100	отлично	6,8 – 8
70– 84	хорошо	5,6 – 6,7
60 – 69	удовлетворительно	4,8 – 5,5
0 – 59	неудовлетворительно	0 – 4,7

При оценке ответов на проверку уровня обученности **УМЕТЬ** и **ВЛАДЕТЬ** учитываются следующие критерии (ситуационные задачи и задания):

Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 % (9-11 баллов) оценивается ответ, при котором студент объясняет и аргументирует постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; оценивает альтернативные решения проблемы; профессионально идентифицирует основные факторы, процессы и этапы работ, оценивает риск их реализации; быстро принимает решения по целесообразным действиям в ситуации, распознает угрозы и возможности; умеет использовать различные методики и методы анализа и оценки.

[3] количество баллов рассчитано по процентным уровням, принятым по балльно-рейтинговой шкале оценки знаний в КРСУ, при условии, что оценка за экзамен (зачет) в рейтинге по дисциплине равна 30 баллам

Демонстрирует полное понимание проблемы. Все задачи и задания выполнены.

Законченный полный ответ - 70-84 % (5-9 баллов) оценивается ответ, при котором студент ставит постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; но не приводит альтернативные решения проблемы; умеет идентифицировать основные факторы, процессы и этапы работ, но не оценивает риск их реализации; распознает угрозы и возможности; достаточно хорошо умеет использовать некоторые методики и методы анализа и оценки.

Демонстрирует значительное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию выполнены.

Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 % (1-4 балла) оценивается ответ, при котором студент не точно ставит постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; слабо идентифицирует основные факторы, процессы и этапы работ, и не оценивает риск их реализации; плохо распознает угрозы и возможности; не умеет использовать методики и методы анализа и оценки.

Демонстрирует совсем небольшое понимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

Минимальный ответ - 0-59% (0 баллов) оценивается ответ, при котором студент демонстрирует непонимание проблемы или нет ответа и даже не было попытки решить задачу.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Дисциплина: Маркетинг (на транспорте)

Группа:

Направления/ профиль Направление 23.03.01. Технология транспортных процессов

Курс/семестр: 3/5

Количество кредитов (ЗЕ): 2

Отчетность: **Зачет**

Преподаватель:АлсеитовМ.

Редактировать

Название модулей дисциплины согласно РПД	**Контроль**	**Форма контроля**	**зачетный минимум**	**зачетный максимум**	**график контроля**
Модуль 1					
Модуль 1. Понятия и сущность маркетинга	Текущий контроль	Оценка и контроль посещаемости занятий и активности студентов на практических занятиях	10	15	12
	Рубежный контроль	Выполнения аналитических заданий	10	20	
Модуль 2					
Модуль 2. Необходимость сервиса в маркетинговой деятельности.	Текущий контроль	Устный опрос по пройденным темам лекции и практических занятий	10	20	16
	Рубежный контроль	Презентация по предложенной тематике лекционных тем	10	15	
ВСЕГО за семестр			40	70	
Промежуточный контроль (Зачет)			20	30	
Семестровый рейтинг по дисциплине			60	100	