МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР
_____Сенченко П.В.
«22» _____02_____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ

Уровень образования: **высшее образование - специалитет**
Направление подготовки / специальность: **38.05.01 Экономическая безопасность**
Направленность (профиль) / специализация: **Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности**
Форма обучения: **заочная**
Факультет: **Заочный и вечерний факультет (ЗиВФ)**
Кафедра: **Кафедра экономической безопасности (ЭБ)**
Курс: **5, 6**
Семестр: **10, 11**
Учебный план набора 2023 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	10 семестр	11 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	2	2	4	часов
Практические занятия	4	4	8	часов
Самостоятельная работа	66	26	92	часов
Подготовка и сдача зачета		4	4	часов
Общая трудоемкость (включая промежуточную аттестацию)	72	36	108	часов
			3	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр
Зачет	11

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко П.В.
Должность: Проректор по УР
Дата подписания: 22.02.2023
Уникальный программный ключ:
a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Томск

Согласована на портале № 77059

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. получение студентами знаний в области инновационных продуктов и методов маркетинга и навыков по разработке и принятию экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений.

1.2. Задачи дисциплины

1. обеспечить эффективную подготовку студентов к применению методов инновационного маркетинга и использованию инфо-продуктов в собственном бизнесе, консалтинге.
2. сформировать навыки создания и продвижения продуктов.
3. научить применять актуальные методы продвижения товаров и услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).
Часть блока дисциплин: Обязательная часть.
Модуль дисциплин: Модуль специальности (special hard skills - SHS).
Индекс дисциплины: Б1.О.03.25.
Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):
Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные компетенции		
-	-	-
Общепрофессиональные компетенции		

Согласована на портале № 77059

ОПК-1. Способен использовать знания и методы экономической науки, применять статистико-математический инструментарий, строить экономико-математические модели, необходимые для решения профессиональных задач, анализировать и интерпретировать полученные результаты	ОПК-1.1. Знает основные характеристики и методы построения статистических оценок параметров, доверительных интервалов и статистических критериев, знает принципы и основные этапы математического и имитационного моделирования, подходы к формализации явлений и экономических процессов	Перечислять методы построения стат. оценок параметров, доверительных интервалов и статистических критериев; знать принципы и основные этапы математического и имитационного моделирования; называть подходы к формализации явлений и экономических процессов
	ОПК-1.2. Умеет применять стандартные методы и модели к решению теоретико-вероятностных задач в профессиональной области, в том числе применять при решении прикладных задач аппарат вероятностных распределений случайных величин, разрабатывать модели и проводить математическое и имитационное моделирование типовых объектов, явлений и экономических процессов	Проводить разные виды маркетинговых анализов; собирать статистические данные о рынке товаров и услуг, целевой аудитории; моделировать поведение потребителей и покупателей; моделировать жизненный цикл блага
	ОПК-1.3. Владеет навыками выполнения прогнозных оценок поведения динамических информационных объектов и субъектов финансового мониторинга, владеет навыками интерпретации полученных результатов прогнозных оценок субъектов финансового мониторинга	Оценивать поведение динамических информационных объектов и субъектов финансового мониторинга; интерпретировать результаты прогнозных оценок субъектов финансового мониторинга
ОПК-4. Способен разрабатывать и принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения, планировать и организовывать профессиональную деятельность, осуществлять контроль и учет ее результатов	ОПК-4.1. Знает принципы формирования политики информационной безопасности в организациях кредитно-финансовой сферы и систему организационных мер, направленных на обеспечение экономической безопасности в организации	Интерпретировать составные политики информационной безопасности в организациях кредитно-финансовой сферы; оценивать систему организационных мер, направленных на обеспечение экономической безопасности в организации
	ОПК-4.2. Умеет осуществлять расчет аналитических показателей, необходимых для решения поставленной экономической задачи	Рассчитывать аналитические показатели для продвижения продукта
	ОПК-4.3. Владеет методами количественной оценки экономических показателей деятельности предприятия с целью принятия обоснованных экономических решений	Оценивать экономические показатели деятельности предприятия с целью принятия обоснованных экономических решений по корректировке маркетинговой стратегии

Согласована на портале № 77059

ОПК-7. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-7.1. Знает принципы работы современных информационных технологий, назначение, функции и обобщённую структуру операционных систем и типовые операционные системы, в том числе отечественного производства	Знать принципы работы современных систем: ERP, CRM, SCM, KM, BI
	ОПК-7.2. Умеет классифицировать компьютерные системы, виды информационного взаимодействия и обслуживания, основы построения информационно-вычислительных систем	Классифицировать основные понятия в системе управления: системы обработки транзакций OLTP, информационные системы управления, системы поддержки принятия решений DSS
	ОПК-7.3. Владеет средствами информационно-коммуникационных технологий, в том числе текстовыми редакторами и электронными таблицами, при решении задач профессиональной деятельности	Использовать в работе информационно-коммуникационные технологии, в том числе текстовыми редакторами и электронными таблицами, при решении задач профессиональной деятельности
Профессиональные компетенции		
-	-	-

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной деятельности представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры	
		10 семестр	11 семестр
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	12	6	6
Лекционные занятия	4	2	2
Практические занятия	8	4	4
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	92	66	26
Составление глоссария	2	2	
Подготовка к дискуссии	3	3	
Подготовка к защите кейс-задания / проекта	2	2	
Подготовка к защите отчета по индивидуальному заданию	3	2	1
Выполнение индивидуального задания	26	16	10
Составление сводной таблицы / ментальной карты / граф-схемы	5	4	1
Подготовка к тестированию	4	2	2

Согласована на портале № 77059

Подготовка инфографики	8	8	
Проведение информационного поиска	10	9	1
Подготовка мультимедийной презентации	5	4	1
Подготовка к защите отчета по практическому занятию	2	2	
Выполнение практического задания	3	3	
Подготовка к устному опросу / собеседованию	5	5	
Написание отчета по индивидуальному заданию	9	4	5
Подготовка к зачету	5		5
Подготовка и сдача зачета	4		4
Общая трудоемкость (в часах)	108	72	36
Общая трудоемкость (в з.е.)	3	2	1

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Структура дисциплины по разделам (темам) и видам учебной деятельности приведена в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Названия разделов (тем) дисциплины	Лек. зан., ч	Прак. зан., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без зачета)	Формируемые компетенции
10 семестр					
1 Маркетинг в системе стратегического управления фирмой	1	2	30	33	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
2 Виды инноваций и организационные структуры инновационного маркетинга. Алые и голубые океаны	1	2	36	39	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
Итого за семестр	2	4	66	72	
11 семестр					
3 Методы разработки и реализации политики маркетинга инновационных продуктов и услуг	1	2	19	22	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
4 Ситуационный анализ и маркетинговая коммуникация	1	2	7	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
Итого за семестр	2	4	26	32	
Итого	4	8	92	104	

5.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)

Названия разделов (тем) дисциплины	Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)	Трудоемкость (лекционные занятия), ч	Формируемые компетенции
10 семестр			

Согласована на портале № 77059

1 Маркетинг в системе стратегического управления фирмой	Сущность и функции маркетинга. Принципы маркетинговой концепции бизнеса. Эволюция развития маркетинга. Маркетинговая информационная система.	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
	Итого	1	
2 Виды инноваций и организационные структуры инновационного маркетинга. Алые и голубые океаны	Рынок инноваций. Тенденции модернизации маркетинга наукоемких изделий. Организационные структуры инновационного маркетинга. Алые и голубые океаны.	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
	Итого	1	
Итого за семестр		2	
11 семестр			
3 Методы разработки и реализации политики маркетинга инновационных продуктов и услуг	Методы и инструменты разработки продуктовых инноваций. Управление затратами и ценами инноваций. Товародвижение и сбыт. Управление коммуникацией. Разработка маркетинговой политики.	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
	Итого	1	
4 Ситуационный анализ и маркетинговая коммуникация	Прогнозирование продаж и оценка емкости рынка. Каналы сбыта. Коммуникативный комплекс. Технологии коммуникации со стейкхолдерами.	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
	Итого	1	
Итого за семестр		2	
Итого		4	

5.3. Контрольные работы

Не предусмотрено учебным планом

5.4. Лабораторные занятия

Не предусмотрено учебным планом

5.5. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 5.5.

Таблица 5.5. – Наименование практических занятий (семинаров)

Названия разделов (тем) дисциплины	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
10 семестр			

Согласована на портале № 77059

1 Маркетинг в системе стратегического управления фирмой	Циклическая информационная модель маркетинговой деятельности организации. Структурно-функциональный анализ моделей маркетинговой информационной системы (МИС). Моделирование процессов информационного обеспечения маркетинговой деятельности на основе МИС	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
	Итого	2	
2 Виды инноваций и организационные структуры инновационного маркетинга. Алые и голубые океаны	Цели, функции и принципы маркетинга инноваций. Создание голубых океанов. Value innovation. Организационные структуры инновационного маркетинга. Подход к формированию системы креативных методов маркетинга инноваций. Латеральный подход. Холистический маркетинг. Социально-этичный маркетинг.	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
	Итого	2	
Итого за семестр		4	
11 семестр			
3 Методы разработки и реализации политики маркетинга инновационных продуктов и услуг	"Портрет" высокотехнологичных инноваций. Уникальное товарное предложение. Конкурентоспособность. Сегментирование. Продуктовая и сбытовая политика.	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
	Итого	2	
4 Ситуационный анализ и маркетинговая коммуникация	Структура и особенности коммуникативного комплекса маркетинга. PR, директ-маркетинг, личные продажи, SMM, интернет и мобильная реклама, BI. Маркетинговый анализ. Эффективность маркетинга	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7
	Итого	2	
Итого за семестр		4	
Итого		8	

5.6. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом

5.7. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 5.7.

Таблица 5.7. – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов (тем) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
10 семестр				

Согласована на портале № 77059

1 Маркетинг в системе стратегического управления фирмой	Составление глоссария	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Глоссарий
	Подготовка к дискуссии	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Дискуссия
	Подготовка к защите кейс-задания / проекта	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Защита кейс-задания / проекта
	Подготовка к защите отчета по индивидуальному заданию	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Защита отчета по индивидуальному заданию
	Выполнение индивидуального задания	6	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Индивидуальное задание
	Составление сводной таблицы / ментальной карты / граф-схемы	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Сводная (обобщающая) таблица / ментальная карта / граф-схема
	Подготовка к тестированию	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Тестирование
	Подготовка инфографики	5	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Инфографика
	Проведение информационного поиска	5	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Информационный поиск
	Подготовка мультимедийной презентации	4	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Мультимедийная презентация
	Итого	30		

Согласована на портале № 77059

2 Виды инноваций и организационные структуры инновационного маркетинга. Алые и голубые океаны	Подготовка к дискуссии	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Дискуссия
	Подготовка к защите отчета по практическому занятию	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Защита отчета по практическому занятию
	Выполнение практического задания	3	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Практическое задание
	Подготовка к тестированию	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Тестирование
	Подготовка к устному опросу / собеседованию	5	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Устный опрос / собеседование
	Составление глоссария	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Глоссарий
	Выполнение индивидуального задания	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Индивидуальное задание
	Подготовка инфографики	3	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Инфографика
	Проведение информационного поиска	4	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Информационный поиск
	Написание отчета по индивидуальному заданию	4	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Отчет по индивидуальному заданию
	Составление сводной таблицы / ментальной карты / граф-схемы	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Сводная (обобщающая) таблица / ментальная карта / граф-схема
	Итого	36		
Итого за семестр		66		
11 семестр				

Согласована на портале № 77059

3 Методы разработки и реализации политики маркетинга инновационных продуктов и услуг	Подготовка к зачету	4	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Зачёт
	Выполнение индивидуального задания	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Индивидуальное задание
	Написание отчета по индивидуальному заданию	3	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Отчет по индивидуальному заданию
	Подготовка к тестированию	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Тестирование
	Подготовка к защите отчета по индивидуальному заданию	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Защита отчета по индивидуальному заданию
	Итого	19		
4 Ситуационный анализ и маркетинговая коммуникация	Подготовка к зачету	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Зачёт
	Написание отчета по индивидуальному заданию	2	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Отчет по индивидуальному заданию
	Составление сводной таблицы / ментальной карты / граф-схемы	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Сводная (обобщающая) таблица / ментальная карта / граф-схема
	Подготовка к тестированию	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Тестирование
	Проведение информационного поиска	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Информационный поиск
	Подготовка мультимедийной презентации	1	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Мультимедийная презентация
	Итого	7		
Итого за семестр		26		
	Подготовка и сдача зачета	4		Зачет
Итого		96		

5.8. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности представлено в таблице 5.8.

Таблица 5.8 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Формируемые компетенции	Виды учебной деятельности			Формы контроля
	Лек. зан.	Прак. зан.	Сам. раб.	

Согласована на портале № 77059

ОПК-1	+	+	+	Глоссарий, Дискуссия, Зачёт, Защита кейс-задания / проекта, Защита отчета по индивидуальному заданию, Защита отчета по практическому занятию, Индивидуальное задание, Инфографика, Информационный поиск, Мультимедийная презентация, Отчет по индивидуальному заданию, Практическое задание, Сводная (обобщающая) таблица / ментальная карта / граф-схема, Тестирование, Устный опрос / собеседование
ОПК-4	+	+	+	Глоссарий, Дискуссия, Зачёт, Защита кейс-задания / проекта, Защита отчета по индивидуальному заданию, Защита отчета по практическому занятию, Индивидуальное задание, Инфографика, Информационный поиск, Мультимедийная презентация, Отчет по индивидуальному заданию, Практическое задание, Сводная (обобщающая) таблица / ментальная карта / граф-схема, Тестирование, Устный опрос / собеседование
ОПК-7	+	+	+	Глоссарий, Дискуссия, Зачёт, Защита кейс-задания / проекта, Защита отчета по индивидуальному заданию, Защита отчета по практическому занятию, Индивидуальное задание, Инфографика, Информационный поиск, Мультимедийная презентация, Отчет по индивидуальному заданию, Практическое задание, Сводная (обобщающая) таблица / ментальная карта / граф-схема, Тестирование, Устный опрос / собеседование

6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Рейтинговая система не используется

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/510588.

2. Библиографическое описание Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/511401.

7.2. Дополнительная литература

1. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 332 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13619-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт] [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/466115.

7.3. Учебно-методические пособия

7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/513376 .

Согласована на портале № 77059

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/531182.

7.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к современным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh.

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

8.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с достаточным количеством посадочных мест для учебной группы, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются мультимедийное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

8.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Лаборатория программно-аппаратных средств обеспечения информационной безопасности: учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа; 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 405 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Интерактивная доска IQBoard DVT TN100;
- Проектор Optoma EH400;
- Веб-камера Logitech C920s;
- Усилитель Roxton AA-60M;
- Потолочный громкоговоритель Roxton PA-20T;
- Аппаратные средства аутентификации пользователя "eToken Pro";
- Программно-аппаратный комплекс защиты информации: ПАК ViPNet Coordinator HW100 C 4.x, ПАК ViPNet Coordinator HW1000 4.x;
- Устройства чтения смарт-карт и радиометок: адаптер компьютерный для считывания и передачи в ПК серийных номеров бесконтактных идентификаторов IronLogic Z-2 USB;
- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Microsoft Windows 10;

Согласована на портале № 77059

- Visio;
- Visual Studio;

8.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 209 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду ТУСУРа.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

8.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями зрения** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

9. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

9.1. Содержание оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы, представленные в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Формы контроля и оценочные материалы

Названия разделов (тем) дисциплины	Формируемые компетенции	Формы контроля	Оценочные материалы (ОМ)

Согласована на портале № 77059

1 Маркетинг в системе стратегического управления фирмой	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Защита отчета по индивидуальному заданию	Примерный перечень вопросов для защиты индивидуальных заданий
		Индивидуальное задание	Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Мультимедийная презентация	Примерный перечень тем для мультимедийных презентаций
		Дискуссия	Примерный перечень тем для дискуссий
		Глоссарий	Примерный перечень тематик для составления глоссария
		Инфографика	Примерный перечень тем для инфографики
		Информационный поиск	Вид информационного поиска, перечень задач информационного поиска и содержание задания по видам поиска
		Сводная (обобщающая) таблица / ментальная карта / граф-схема	Примерный перечень предметных областей, тематик или тем для составления сводных таблиц / ментальных карт / граф-схем
		Защита кейс-задания / проекта	Примерный перечень вопросов для защиты кейс-задания / проекта

Согласована на портале № 77059

2 Виды инноваций и организационные структуры инновационного маркетинга. Алые и голубые океаны	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Защита отчета по практическому занятию	Примерный перечень вопросов для защиты практических занятий
		Индивидуальное задание	Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий
		Устный опрос / собеседование	Примерный перечень вопросов для устного опроса / собеседования
		Отчет по индивидуальному заданию	Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий
		Практическое задание	Темы практических заданий
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Дискуссия	Примерный перечень тем для дискуссий
		Глоссарий	Примерный перечень тематик для составления глоссария
		Инфографика	Примерный перечень тем для инфографики
		Информационный поиск	Вид информационного поиска, перечень задач информационного поиска и содержание задания по видам поиска
		Сводная (обобщающая) таблица / ментальная карта / граф-схема	Примерный перечень предметных областей, тематик или тем для составления сводных таблиц / ментальных карт / граф-схем
3 Методы разработки и реализации политики маркетинга инновационных продуктов и услуг	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Зачёт	Перечень вопросов для зачета
		Защита отчета по индивидуальному заданию	Примерный перечень вопросов для защиты индивидуальных заданий
		Индивидуальное задание	Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий
		Отчет по индивидуальному заданию	Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий

Согласована на портале № 77059

4 Ситуационный анализ и маркетинговая коммуникация	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7	Зачёт	Перечень вопросов для зачета
		Отчет по индивидуальному заданию	Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Мультимедийная презентация	Примерный перечень тем для мультимедийных презентаций
		Информационный поиск	Вид информационного поиска, перечень задач информационного поиска и содержание задания по видам поиска
		Сводная (обобщающая) таблица / ментальная карта / граф-схема	Примерный перечень предметных областей, тематик или тем для составления сводных таблиц / ментальных карт / граф-схем

Шкала оценки сформированности отдельных планируемых результатов обучения по дисциплине приведена в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Шкала оценки сформированности планируемых результатов обучения по дисциплине

Оценка	Баллы за ОМ	Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения		
		знать	уметь	владеть
2 (неудовлетворительно)	< 60% от максимальной суммы баллов	отсутствие знаний или фрагментарные знания	отсутствие умений или частично освоенное умение	отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков
3 (удовлетворительно)	от 60% до 69% от максимальной суммы баллов	общие, но не структурированные знания	в целом успешно, но не систематически осуществляемое умение	в целом успешное, но не систематическое применение навыков
4 (хорошо)	от 70% до 89% от максимальной суммы баллов	сформированные, но содержащие отдельные проблемы знания	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы применение навыков
5 (отлично)	≥ 90% от максимальной суммы баллов	сформированные систематические знания	сформированное умение	успешное и систематическое применение навыков

Согласована на портале № 77059

Шкала комплексной оценки сформированности компетенций приведена в таблице 9.3.

Таблица 9.3 – Шкала комплексной оценки сформированности компетенций

Оценка	Формулировка требований к степени компетенции
2 (неудовлетворительно)	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или Знать на уровне **ориентирования**, представлений. Обучающийся знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения.
3 (удовлетворительно)	Знать и уметь на **репродуктивном** уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях.
4 (хорошо)	Знать, уметь, владеть на **аналитическом** уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения.
5 (отлично)	Знать, уметь, владеть на **системном** уровне. Обучающийся знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания дисциплины, его значимость в содержании дисциплины.

9.1.1. Примерный перечень тестовых заданий

1. Процесс перевода новации в инновацию требует затрат, основными из которых являются: А) финансы и информация; Б) труд и капитал; В) инвестиции и время.
2. Основными компонентами маркетинга инноваций: А) инвестиции, новшества, время; Б) новшества, инвестиции, информация; В) новшества, инвестиции, нововведения.
3. К сфере маркетинга инноваций относят: А) рынок чистой конкуренции, рынок капитала, рынок новаций; Б) рынок чистой конкуренции, рынок технологий; В) рынок услуг, рынок технологий.
4. По типу инноваций выделяют: А) радикальные и улучшающие; Б) материально-технические и социальные; В) радикальные, социальные и комбинаторные.
5. По инновационному потенциалу выделяют инновации: А) радикальные, улучшающие, комбинаторные. Б) радикальные, комбинаторные. В) радикальные и улучшающие.
6. Результатом маркетинга инноваций является: А) оценка рыночного потенциала; Б) оценка конкурентоспособности нового товара; В) оценка рыночного поведения потенциального покупателя.
7. Процесс введения инновации на рынок принято называть: А) инновационный менеджмент; Б) инновационный процесс; В) процесс коммерциализации.
8. Какое из определений характеризует термин "инновация" наиболее полно: А) новый метод; Б) введение нового; В) внедрение новшества в производственный процесс.
9. К какому виду инноваций относятся инновации, выявленные методами терминологического и лексического анализа на основе информации в научных статьях, отчетах и т.п.: А) зародыши новых товаров; Б) новые конкурентные изделия; В) товары-аналоги.
10. К какому виду инноваций относятся инновации, выявленные методом структурно-морфологического анализа: А) зародыши новых товаров; Б) товары-аналоги; В) новые конкурентные изделия.
11. В какой последовательности формируется стадии жизненного цикла инновации: А) зарождение; трансферт; освоение; рутинизация. Б) зарождение; освоение; диффузия; рутинизация; В) зарождение; трансферт; освоение.

Согласована на портале № 77059

12. Распространение, тиражирование и многогранное повторение на других объектах, это -: А) диффузия; Б) трансферт; В) коммерциализация.
13. На каком этапе жизненного цикла инноваций, исследование природы поведения потребителей рассматривается как стратегическая задача: А) освоение; Б) диффузия. В) зарождение.
14. Процесс принятия решения потребителем проходит следующие последовательные этапы: А) осознание потребности, поиск информации, оценка альтернатив, выбор альтернативы, переоценка подходящей альтернативы; Б) осознание потребности, оценка альтернатив, переоценка подходящей альтернативы. В) поиск информации, осознание потребности, оценка альтернатив и переоценка подходящей альтернативы.
15. Выделяют следующие виды ценностей инноваций: А) личные и групповые; Б) индивидуальные и групповые; В) личные и социальные.
16. Самая большая численность потенциальных покупателей инновационного продукта, это -: А) прогрессисты; Б) новаторы; В) скептики;
17. К репутационному риску большинства инновационных продуктов относят: А) сложность формы и содержания; Б) необходимость нового знания; В) несоответствие цены и качества.
18. Какая самая распространенная ценовая стратегия среди производителей инновационного продукта: А) стратегия снятия сливок; Б) стратегия проникновения на рынок; В) стратегия престижных цен.
19. .Рынок инноваций: А) эластичен. Б) малоэластичен; В) неэластичен.
20. Рынок инноваций характеризуется: А) широким числом покупателей; Б) ограниченным числом покупателей.
21. Рынок инноваций подвержен влиянию: А) рыночной и технологической неопределенности. Б) только рыночной неопределенности; В) поведения потребителей.
22. Процесс передачи технологий от одного подразделения организации к другому ? это: А) квазивнутренний трансферт; Б) внутренний трансферт; В) внешний трансферт.
23. Процесс распространения технологии, в котором участвуют независимые разработчики и потребители технологий это: А) квазивнутренний трансферт; Б) внутренний трансферт; В) внешний трансферт.
24. Финансирование коммерческого трансферта технологий осуществляется с помощью следующих средств: А) Роялти. Услуги банков рисковых капиталов. Франчайзинг. Биржи технологий. Совместные предприятия. Б) Роялти. Услуги банков рисковых капиталов. Биржи технологий. Совместные предприятия. В) Роялти. Франчайзинг. Биржи технологий. Совместные предприятия.
25. К основным инструментам реализации государственной политики можно отнести: А) систему финансирования; Б) концепцию инновационного развития; В) инновационную стратегию.
26. Комплекс мер по стимулированию, разработке, управлению и контролю процессов инновационной деятельности это: А) инновационная деятельность; Б) инновационная стратегия; В) инновационная политика.
27. По характеру воздействия на научную и инновационную деятельность различают методы: А) прямого и косвенного регулирования; Б) нормативно-правового регулирования; В) только косвенного регулирования.
28. К какой государственной инновационной стратегии относят признание научной и инновационной деятельности ? главной составляющей экономического роста: А) стратегия активного вмешательства; Б) стратегия децентрализованного регулирования; В) смешанная стратегия
29. Для анализа рыночной ситуации необходимо: А) использовать маркетинговые исследования и систему маркетинговой информации; Б) использовать вторичную информацию о рынке; В) использовать только систему маркетинговой информации.
30. Маркетинговые исследования проводят в целях: А) снижения репутационного риска; Б) уменьшения трансакционных издержек; В) уменьшения неопределенности при принятии маркетинговых решений.
31. Определение факторов успеха и конкурентных преимуществ относятся к: А) анализу рынка; Б) конкурентному анализу; В) анализу потребительских предпочтений.
32. Показатель эффективности маркетинга отражает: А) величину ?отдачи? на единицу

Согласована на портале № 77059

маркетинговых расходов; Б) увеличение объема продаж; В) снижение маркетинговых расходов.

33. Объединение АВС и XYZ- анализов позволяет: А) дать характеристику продуктовой политики; Б) дать характеристику позициям ассортимента с точки зрения значимости для бизнеса; В) дать характеристику отдельным позициям товара.
34. Матрица БКГ - : А) позволяет обосновать решения в области расширения производства товара или его модификации. Б) позволяет позиционировать находящиеся в разработке товары, выбрать наиболее перспективные и сосредоточить усилия и ресурсы на их коммерциализацию. В) позволяет позиционировать продукцию, стратегически планировать и управлять.
35. Матрица Мак-Кинси - : А) позволяет обосновать решения в области расширения производства товара или его модификации. Б) позволяет позиционировать находящиеся в разработке товары, выбрать наиболее перспективные и сосредоточить усилия и ресурсы на их коммерциализацию. В) позволяет позиционировать продукцию, стратегически планировать и управлять.
36. Матрица целесообразности инвестирования в развитие товара: А) позволяет обосновать решения в области расширения производства товара или его модификации. Б) позволяет позиционировать находящиеся в разработке товары, выбрать наиболее перспективные и сосредоточить усилия и ресурсы на их коммерциализацию. В) позволяет позиционировать продукцию, стратегически планировать и управлять.
37. Матрица И.Ансоффа - : А) позволяет обосновать решения в области расширения производства товара или его модификации. Б) показывает взаимосвязь между существующими и будущими продуктами компании и рынками, на которых работает предприятие. В) позволяет позиционировать продукцию, стратегически планировать и управлять.
38. Матрица конкурентных преимуществ - А) позволяет разработать продуктовую политику. Б) позволяет разработать политику продвижения; В) позволяет разработать политику распределения

9.1.2. Перечень вопросов для зачета

1. Что входит в процесс управления инновациями на предприятиях?
2. Какие меры необходимо принять на предприятии для ускорения процесса разработки и внедрения маркетинга инноваций?
3. Какие критерии выделяют в процессе оценки инновационного проекта?
4. Какие инновационные стратегии наиболее применимы для сферы B2B?
5. Как факторы потребительского поведения влияют на формирование инновационного замысла?
6. В чем сущность механизма рынка инноваций?
7. Какие факторы блокируют выход предприятия на рынок инноваций?
8. Назовите основные матрицы для проведения маркетинговых исследований.
9. Назовите основные виды маркетинговых анализов.
10. В чем сущность трансферта технологий?
11. Какие существуют направления государственной поддержки инновационной деятельности?
12. В каких аспектах рассматривается природа формирования инновационного продукта?
13. Какие условия необходимо проанализировать в процессе создания инновационного продукта?
14. Обоснуйте необходимость изучения поведения потребителей при формировании нового товара.
15. На какие этапы делят процесс создания нового продукта?
16. Какие основные категории маркетинга сопровождают инновационный продукт?
17. В чем принципиальное отличие определений новшество и инновация?
18. Какие функции маркетинга реализуются при анализа рынка?
19. Что такое маркетинговая информационная система? Каковы не компоненты?
20. Основные стратегии установления цен на новые товары.

9.1.3. Примерный перечень вопросов для защиты индивидуальных заданий

Согласована на портале № 77059

1. Как факторы внешней среды, а именно политический и экономический, формируют продуктовую политику предприятия?
2. Опишите PEST-анализ, и в чем его практическая значимость?
3. В чем стратегическая значимость методов формирования продуктовой политики?
4. Опишите модель 4P
5. Опишите модель 4C

9.1.4. Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий

1. Проведите для УТП ABC и XYZ- анализ
2. Составьте Матрицу БКГ
3. Составьте Матрицу Мак-Кинси
4. Составьте Матрицу целесообразности инвестирования в развитие товара
5. Составьте Матрицу И.Ансоффа
6. составьте Матрицу конкурентных преимуществ

9.1.5. Примерный перечень тем для мультимедийных презентаций

1. ABC и XYZ- анализ
2. Матрица БКГ
3. Матрица Мак-Кинси
4. Матрица целесообразности инвестирования в развитие товара
5. Матрица И.Ансоффа
6. Матрица конкурентных преимуществ

9.1.6. Примерный перечень тем для дискуссий

1. Что входит в процесс управления инновациями на предприятиях?
2. Какие критерии выделяют в процессе оценки инновационного проекта?
3. Какие инновационные стратегии наиболее применимы для сферы B2B?
4. Как факторы потребительского поведения влияют на формирование инновационного замысла?
5. Какие инновационные стратегии наиболее применимы для сферы B2C?

9.1.7. Примерный перечень тематик для составления глоссария

1. Потребность в маркетинговом исследовании инноваций: прямые потребности (информация клиентам, конкуренты, партнеру по сотрудничеству, инновационные процессы в собственных услугах и областях деятельности, пути к рынку), косвенные потребности (рынок ваших клиентов-инноваторов, потребность в дополнительной информации клиентов)
2. Определений целей, SMART, маркетинговый аудит, SWOTматрица для каждого из 4-х «P», анализ поля сил
3. Перечислите основные направления анализа спроса на нововведения.
4. Методы прогнозирования сбыта наукоемкой продукции.
5. Ограничения на бренд в связи с законом РФ «О товарных знаках»

9.1.8. Примерный перечень тем для инфографики

1. Выделите потенциальную угрозу выведения новинки на рынок.
2. Предложите ценовую стратегию для данного модифицированного продукта.
3. Выделите тип потенциальных покупателей.
4. Разработайте программу взаимодействия с клиентами, с учетом потребительской ценности инновации.
5. Проанализируйте этапы разработки инновационного продукта или услуги

9.1.9. Вид информационного поиска, перечень задач информационного поиска и содержание задания по видам поиска

1. ABC и XYZ- анализ
2. Матрица БКГ
3. Матрица Мак-Кинси

Согласована на портале № 77059

4. Матрица целесообразности инвестирования в развитие товара
5. Матрица И.Ансоффа
6. Матрица конкурентных преимуществ

9.1.10. Примерный перечень предметных областей, тематик или тем для составления сводных таблиц / ментальных карт / граф-схем

1. Выделите потенциальную угрозу выведения новинки на рынок.
2. Предложите ценовую стратегию для данного модифицированного продукта.
3. Выделите тип потенциальных покупателей.
4. Разработайте программу взаимодействия с клиентами, с учетом потребительской ценности инновации.
5. Проанализируйте этапы разработки инновационного продукта или услуги

9.1.11. Примерный перечень вопросов для защиты кейс-задания / проекта

1. Потребность в маркетинговом исследовании инноваций: прямые потребности (информация клиентам, конкуренты, партнеру по сотрудничеству, инновационные процессы в собственных услугах и областях деятельности, пути к рынку), косвенные потребности (рынок ваших клиентов-инноваторов, потребность в дополнительной информации клиентов)
2. Определений целей, SMART, маркетинговый аудит, SWOTматрица для каждого из 4-х «Р», анализ поля сил
3. Перечислите основные направления анализа спроса на нововведения.
4. Методы прогнозирования сбыта наукоемкой продукции.
5. Ограничения на бренд в связи с законом РФ «О товарных знаках»

9.1.12. Примерный перечень вопросов для защиты практических занятий

1. Маркетинг инноваций: особенности концепции, опыт применения в современных условиях
2. Критерии выбора канала сбыта для высокотехнологичной продукции
3. Коммуникационные проблемы в инновационной компании
4. Уровень риска в зависимости от типа инноваций
5. Сегментация, позиционирование бренда

9.1.13. Примерный перечень вопросов для устного опроса / собеседования

1. Назовите основные виды маркетинговых анализов.
2. В чем сущность трансферта технологий?
3. Какие существуют направления государственной поддержки инновационной деятельности?
4. В каких аспектах рассматривается природа формирования инновационного продукта?
5. Какие условия необходимо проанализировать в процессе создания инновационного продукта?
6. Обоснуйте необходимость изучения поведения потребителей при формировании нового товара.
7. На какие этапы делят процесс создания нового продукта?
8. Какие основные категории маркетинга сопровождают инновационный продукт?
9. В чем принципиальное отличие определений новшество и инновация?
10. Какие функции маркетинга реализуются при анализа рынка?
11. Что такое маркетинговая информационная система? Каковы не компоненты?

9.1.14. Темы практических заданий

1. Выделите потенциальную угрозу выведения новинки на рынок.
2. Предложите ценовую стратегию для данного модифицированного продукта.
3. Выделите тип потенциальных покупателей.
4. Разработайте программу взаимодействия с клиентами, с учетом потребительской ценности инновации.
5. Проанализируйте этапы разработки инновационного продукта или услуги

Согласована на портале № 77059

9.2. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

– чтение или просмотр материала осуществляйте со скоростью, достаточной для индивидуального понимания и освоения материала, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

– если в тексте встречаются незнакомые или малознакомые термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

– осмысливайте прочитанное и изученное, отвечайте на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации, в т.ч. с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия, в т.ч. в форме вебинаров. Расписание вебинаров и записи вебинаров публикуются в электронном курсе / электронном журнале по дисциплине.

9.3. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 9.4.

Таблица 9.4 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами, определяющимися исходя из состояния обучающегося на момент проверки

9.4. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается

Согласована на портале № 77059

доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

– в печатной форме;

– в печатной форме с увеличенным шрифтом;

– в форме электронного документа;

– методом чтения ассистентом задания вслух;

– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

– письменно на бумаге;

– набор ответов на компьютере;

– набор ответов с использованием услуг ассистента;

– представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 77059

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЭБ
протокол № 1 от «24» 1 2023 г.

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Инициалы, фамилия	Подпись
Заведующий выпускающей каф. ЭБ	П.А. Шелупанова	Согласовано, a976c1a9-339e-4347-bf54-e639980392ab
Заведующий обеспечивающей каф. ЭБ	П.А. Шелупанова	Согласовано, a976c1a9-339e-4347-bf54-e639980392ab
И.О. начальника учебного управления	И.А. Лариошина	Согласовано, c3195437-a02f-4972-a7c6-ab6ee1f21e73
Декан ЗиВФ	И.В. Осипов	Согласовано, 126832c4-9aa6-45bd-8e71-e9e09d25d010

ЭКСПЕРТЫ:

Заведующий кафедрой, каф. экономической безопасности	П.А. Шелупанова	Согласовано, a976c1a9-339e-4347-bf54-e639980392ab
Доцент, каф. БИС	И.А. Рахманенко	Согласовано, 438e5305-e83a-40ae-b333-7c84f2fc4661

РАЗРАБОТАНО:

Доцент, каф. экономической безопасности	П.А. Шелупанова	Разработано, a976c1a9-339e-4347-bf54-e639980392ab

Согласована на портале № 77059