

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 "Уральский государственный университет путей сообщения"
 (ФГБОУ ВО УрГУПС)

Б1.В.ДВ.11.02 Анализ товарного рынка и ассортимента

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Мировая экономика и логистика		
Учебный план	38.03.01 ЭК-2020.plx		
	Направление подготовки 38.03.01 Экономика		
Направленность (профиль)	Экономика, организация и управление на предприятии		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Объем дисциплины (модуля)	7 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	252	Часов контактной работы всего, в том числе:	61,1
в том числе:		аудиторная работа	54
аудиторные занятия	54	текущие консультации по практическим занятиям	3,6
самостоятельная работа	162	консультации перед экзаменом	2
часов на контроль	36	прием экзамена	0,5
Промежуточная аттестация и формы контроля:		проверка, защита курсовой работы	1
экзамен 7 КР 7			

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	Неделя			
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	162	162	162	162
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	252	252	252	252

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Сформировать у студентов базовые знания, умения и навыки анализа товарных рынков и ассортимента продукции для обеспечения конкурентоспособности компании на целевом рынке и прибыльности ее деятельности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОП

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.11
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые: дисциплинами Рынок транспортных услуг, Маркетинговые исследования. В результате изучения дисциплин студенты должны: Знать: основные понятия, принципы и задачи транспортного бизнеса, мировой и отечественный опыт организации работы транспортных компаний, тенденции развития транспортного бизнеса, систему сбыта комплексных услуг; особенности экономической деятельности территориально-транспортных комплексов и предприятий на рынке транспортных услуг; базовые экономические понятия в области рыночного механизма; методы сбора и обработки исходных данных для расчета основных экономических показателей, характеризующих рынок транспортных услуг; средства и методы маркетинговых исследований, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб. Уметь: основные понятия, принципы и задачи транспортного бизнеса, мировой и отечественный опыт организации работы транспортных компаний, тенденции развития транспортного бизнеса, систему сбыта комплексных услуг; особенности экономической деятельности территориально-транспортных комплексов и предприятий на рынке транспортных услуг; базовые экономические понятия в области рыночного механизма; методы сбора и обработки исходных данных для расчета основных экономических показателей, характеризующих рынок транспортных услуг; выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка. Владеть: основным инструментарием анализа рынка; методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования.	
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Производственная практика (технологическая) Преддипломная практика; Государственная итоговая аттестация.	

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

ДПК-1: знанием специфики функционирования территориально-транспортных комплексов, способностью планировать деятельность предприятия на основе оптимального использования ресурсов	
Знать:	
Уровень 1	основные элементы территориально-транспортных комплексов
Уровень 2	специфику функционирования территориально-транспортных комплексов в экономических условиях
Уровень 3	виды планирования при организации деятельности предприятия
Уметь:	
Уровень 1	анализировать территориально-транспортные комплексы
Уровень 2	планировать деятельность предприятия, функционирующего в рыночных условиях
Уровень 3	планировать деятельность предприятия на основе оптимального использования ресурсов
Владеть:	
Уровень 1	способностью планировать деятельность предприятия с учетом современных тенденций рынка
Уровень 2	способностью оптимально использовать ресурсы предприятия
Уровень 3	-
ПК-1: способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	
Знать:	
Уровень 1	методы сбора данных для расчета экономических показателей деятельности предприятия
Уровень 2	методы анализа данных при организации хозяйственной деятельности предприятия
Уровень 3	-
Уметь:	
Уровень 1	осуществлять сбор маркетинговой информации для анализа товарного рынка
Уровень 2	оценивать объем товаров и услуг на конкретном рынке
Уровень 3	обеспечить необходимое обоснование при выборе целевого сегмента рынка
Владеть:	
Уровень 1	методами классификации рынков товаров и услуг

Уровень 2	методиками анализа товарного рынка
Уровень 3	методиками оценки товарного ассортимента

ПК-11: способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

Знать:

Уровень 1	возможные варианты управленческих решений при организации деятельности предприятия
Уровень 2	критерии социально-экономической эффективности деятельности предприятия на товарном рынке
Уровень 3	возможные социально-экономические последствия от принятия управленческих решений в рыночных условиях

Уметь:

Уровень 1	критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений в условиях рынка товаров и услуг
Уровень 2	разработать и обосновать предложения по совершенствованию управленческих решений
Уровень 3	оценить риски и возможные социально-экономические последствия от принятия управленческих решений относительно товарного ассортимента предприятия

Владеть:

Уровень 1	способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений в современных экономических условиях
Уровень 2	навыками разработки и обосновывания предложений по совершенствованию управленческих решений в области товарной политики предприятия
Уровень 3	навыками оценки рисков и возможных социально-экономических последствий от принятия управленческих решений с учетом изменяющихся рыночных условий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные элементы территориально-транспортных комплексов, методы сбора данных для расчета экономических показателей деятельности предприятия, возможные варианты управленческих решений при организации деятельности предприятия
3.2	Уметь:
3.2.1	анализировать территориально-транспортные комплексы, осуществлять сбор маркетинговой информации для анализа товарного рынка, критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений в условиях рынка товаров и услуг
3.3	Владеть:
3.3.1	способностью планировать деятельность предприятия с учетом современных тенденций рынка, методами классификации рынков товаров и услуг, способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений в современных экономических условиях

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов (академических)	Компетенции	Литература	Активные формы
	Раздел 1. Сущность товарного рынка в современной экономике					
1.1	Товарный рынок: понятие и классификация /Лек/	7	2	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э8 Э9	
1.2	Структура товарного рынка /Лек/	7	1	ПК-1 ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э8 Э9	
1.3	Рынок в современных экономических условиях и тенденции его развития /Пр/	7	2	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э5 Э9	Работа в группе, решение задач

1.4	Тенденции развития товарного рынка в Свердловской области. /Ср/	7	14	ПК-1 ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э5 Э9	
	Раздел 2. Конъюнктура товарного рынка					
2.1	Понятие конъюнктуры товарного рынка и ее виды /Лек/	7	1	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э6 Э9	
2.2	Показатели, характеризующие рыночную конъюнктуру /Лек/	7	1	ПК-11 ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э6 Э7 Э9	
2.3	Показатели товарного рынка /Пр/	7	3	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э4 Э9	Работа в группе, решение задач
2.4	Условия формирования рынка, в том числе товарного рынка /Пр/	7	3	ПК-1 ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э7 Э9	Работа в группе, решение задач
2.5	Возникновение и развитие термина "конъюнктура". "Конъюнктура" как экономическая категория. /Ср/	7	27	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э4 Э6 Э9	
	Раздел 3. Факторы, формирования рыночной конъюнктуры					
3.1	Конъюнктурообразующие факторы /Лек/	7	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э2 Э9	
3.2	Механизм формирования конъюнктуры /Лек/	7	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э9	
3.3	Влияние факторов рыночной конъюнктуры на деятельность предприятий различных отраслей. /Пр/	7	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э4 Э5 Э9	Работа в группе, решение задач
3.4	Большие экономические циклы, средние циклы и малые циклы. /Ср/	7	27	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э6 Э9	

	Раздел 4. Методология исследования товарного рынка					
4.1	Информация: понятие, виды и свойства /Лек/	7	1	ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э6 Э9	
4.2	Основные этапы исследования товарного рынка /Лек/	7	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э5 Э9	
4.3	Прогнозирование конъюнктуры товарного рынка /Лек/	7	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э7 Э8 Э9	
4.4	Методы прогнозирования развития товарного рынка /Пр/	7	6	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э6 Э9	Решение расчетных задач.
4.5	История возникновения и развития методологии бенчмаркинга /Ср/	7	19	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э7 Э9	
	Раздел 5. Стратегии сегментации и позиционирования на товарном рынке					
5.1	Стратегии охвата рынка /Лек/	7	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э4 Э9	
5.2	Понятие и значение сегментации /Лек/	7	1	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э6 Э7 Э9	
5.3	Целевой сегмент и критерии его выбора /Лек/	7	1	ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э9	
5.4	Этапы и методы позиционирования /Лек/	7	1	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э3 Э5 Э9	
5.5	Определение целевых сегментов на рынках /Пр/	7	6	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э6 Э7 Э9	Работа в группе, решение задач

5.6	Привести примеры позиционирования мировых брендов /Ср/	7	19	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э7 Э9	
5.7	Брендинг и его место на товарном рынке: подходы к формированию бренда, стратегии брендов /Лек/	7	1	ПК-1 ПК-11 ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э4 Э9	
5.8	Бренд-менеджмент /Лек/	7	1	ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э9	
Раздел 6. Анализ ассортимента на товарном рынке						
6.1	Ассортимент: понятие и виды /Лек/	7	1	ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э8 Э9	
6.2	Показатели, характеризующие ассортимент /Лек/	7	1	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э8 Э9	
6.3	Расчет показателей ассортимента /Пр/	7	6	ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э9	Работа в группе, решение задач
6.4	Формирование товарного ассортимента на конкретном предприятии /Пр/	7	6	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э7 Э8 Э9	
6.5	Управление ассортиментом на торговом и производственном предприятии /Ср/	7	10	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э9	
6.6	Выполнение курсовой работы /Ср/	7	36	ПК-1 ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э5 Э6 Э9	
6.7	Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	7	10	ПК-1 ПК-11 ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э6 Э8 Э9	

6.8	Промежуточная аттестация /Экзамен/	7	36	ПК-1 ПК-11 ДПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э2 Э3 Э9	
-----	------------------------------------	---	----	------------------	--	--

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Фонд оценочных материалов по дисциплине, состоящий из ФОМ для текущего контроля и проведения промежуточной аттестации обучающихся, разрабатывается по каждой дисциплине и хранится на кафедре. Оценочные материалы дублируются на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Фонд оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), включая порядок проведения промежуточной аттестации, систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок, примеры типовых заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков, используемых для промежуточной аттестации по дисциплине, приведен в приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

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

6.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1.1. Основная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л1.1	Казакова	Маркетинговый анализ: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014	http://znanium.com
Л1.2	Петрова А. В.	Анализ товарного рынка и ассортимента: конспект лекций для студентов направления подготовки 38.03.01 - «Экономика» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	http://biblioserver.usurt.ru

6.1.2. Дополнительная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.1	Рыжикова	Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013	http://znanium.com
Л2.2	Гришина	Маркетинговые исследования: Практикум	Москва: Вузовский учебник, 2014	http://znanium.com
Л2.3	Черников В. И.	Глобальная маркетинговая среда: опыт концептуальной интеграции: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015	http://znanium.com

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л3.1	Петрова А. В.	Анализ товарного рынка и ассортимента: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.03.01 - «Экономика» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	http://biblioserver.usurt.ru/cgi-bin/irbis64r_13/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=KN&P21DBN=KN
Л3.2	Петрова А. В.	Анализ товарного рынка и ассортимента: методические указания к практическим занятиям для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	http://biblioserver.usurt.ru

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

Э1	http://www.garant.ru/ - информационно-правовой портал
----	---

Э2	http://pro-ts.ru/teoriy - профессиональная школа трейдинга
Э3	http://www.strategplann.ru/stati-po-marketingu/analiz-privlekatelnosti-rynka.html - информационный сайт «Стратегия и управление»
Э4	http://znanium.com/catalog.php?tem=bookinfo&book=171719 Б
Э5	http://znanium.com/go.php?id=143199
Э6	http://www.aup.ru/
Э7	http://www.kommersant.ru
Э8	http://marketing.rbc.ru/ РБК. Исследования рынков
Э9	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn \bb.usurt

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

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Неисключительные права на ПО Windows
6.3.1.2	Неисключительные права на ПО Office
6.3.1.3	Программное обеспечение компьютерного тестирования АСТ
6.3.1.4	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn
6.3.1.5	Справочно-правовая система КонсультантПлюс

6.3.2 Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

6.3.2.1	АСПИЖТ - автоматизированная система правовой информации на железнодорожном транспорте (профессиональная БД)
6.3.2.2	www.gks.ru - центральная база статистических данных
6.3.2.3	www.consultant.ru - справочно-правовая система

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Назначение	Оснащение
Компьютерный класс - Учебная аудитория для проведения практических (занятий семинарского типа) и лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования
Компьютерный класс - Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), самостоятельной работы студентов, для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, предусмотренным пунктом 6.3.1 РПД, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная мебель Демонстрационное оборудование - Комплект мультимедийного оборудования Учебно-наглядные пособия - презентационные материалы
Учебная аудитория для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Специализированная мебель Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования
Компьютерный класс - Учебная аудитория для самостоятельной работы студентов	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, предусмотренным пунктом 6.3.1 РПД, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Центр тестирования - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной	Специализированная мебель Моноблоки с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

аттестации	
Читальный зал Информационно-библиотечного центра ИБК УрГУПС - Аудитория для самостоятельной работы	Специализированная мебель Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Эффективное освоение дисциплины предполагает регулярное посещение всех видов аудиторных занятий, выполнение плана самостоятельной работы в полном объеме и прохождение аттестации в соответствии с календарным учебным графиком.

Студенту рекомендуется ознакомиться со списком основной и дополнительной литературы и взять в библиотеке издания (необходимо иметь при себе персонифицированную электронную карту и уметь пользоваться электронным каталогом «ИРБИС»).

Доступ к информационным ресурсам библиотеки и информационно-справочным системам сети «Интернет» организован в читальных залах библиотеки, в компьютерных классах, в помещениях для самостоятельной работы студентов со стационарных ПЭВМ, либо с личного ПЭВМ (ноутбука, планшетного компьютера или иного мобильного устройства) посредством беспроводного доступа при активации индивидуальной учетной записи.

Пользование информационными ресурсами расширяет возможности освоения теоретического курса, выполнения самостоятельной работы и позволяет получить информацию для реализации творческих образовательных технологий. Комплект учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины (модуля), размещен на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Методические материалы, разработанные для обеспечения образовательного процесса представлены в электронном каталоге УрГУПС.

Формы самостоятельной работы студентов по данной дисциплине разнообразны. Они включают в себя:

- изучение лекционного и дополнительного материала (учебной, научной, методической литературы, материалов периодических изданий);
- подготовку к занятиям, предусмотренных РПД, мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации и т.д.

Выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам студент должен в соответствии с календарным планом изучения дисциплины, видами и сроками отчетности.

При выполнении самостоятельной работы студент должен руководствоваться методическими указаниями, размещенными на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), а также учебно-методическими материалами, которые указаны для СРС по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины (модуля)".

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине указан по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины (модуля)", материалы размещены на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru).