

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

## **Б1.В.ДВ.04.02 Маркетинговые исследования** рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Мировая экономика и логистика</b>		
Учебный план	38.03.01 ЭК-2020.plx		
Направленность (профиль)	Направление подготовки 38.03.01 Экономика		
<b>Квалификация</b>	<b>бакалавр</b>		
Форма обучения	<b>очная</b>		
Объем дисциплины (модуля)	<b>10 ЗЕТ</b>		
Часов по учебному плану	360	Часов контактной работы всего, в том числе:	119,45
в том числе:		аудиторная работа	108
аудиторные занятия	108	текущие консультации по практическим занятиям	7,2
самостоятельная работа	216	консультации перед экзаменом	2
часов на контроль	36	прием экзамена	0,5
Промежуточная аттестация и формы контроля:		прием зачета с оценкой	0,25
экзамен 6 зачет с оценкой 5 РГР		Взаимодействие по вопросам текущего контроля:	1,5
		расчетно-графическая работа	0,5
		контрольная работа	1

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		6 (3.2)		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Неделя	18		18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18	36	36
Практические	36	36	36	36	72	72
Итого ауд.	54	54	54	54	108	108
Контактная работа	54	54	54	54	108	108
Сам. работа	126	126	90	90	216	216
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	180	180	180	180	360	360

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Овладение студентами теоретических основ маркетинговых исследований и практических навыков по сбору и обработке информации, формированию выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации.
-----	---

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОП

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.04
-------------------	------------

### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые дисциплинами: Основы коммерческой деятельности, Статистика, Введение в профессию.

В результате освоения предыдущих дисциплин студент должен:

Знать: основы коммерческой деятельности; основные понятия и инструменты теории статистики и социально-экономической статистики; основные понятия и современные принципы работы со статистической информацией, а также иметь представление о статистических информационных системах и базах данных; роль и значение специалиста в области коммерции.

Уметь: анализировать коммерческую деятельность, рассчитывать ее эффективность; обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные; применять статистические технологии для решения управленческих задач

Владеть: навыком работы с клиентами компании; статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач; программным обеспечением для работы со статистическими данными и деловой информацией.

### 2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Анализ товарного рынка и ассортимента

Преддипломная практика

Государственная итоговая аттестация

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

**ОПК-4: способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность**

### Знать:

Уровень 1	-
Уровень 2	организационно-управленческие решения в транспортной сфере деятельности
Уровень 3	социальную значимость принимаемых решений в транспортной сфере деятельности

### Уметь:

Уровень 1	-
Уровень 2	находить организационно-управленческие решения в транспортной сфере деятельности
Уровень 3	нести ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений в транспортной сфере деятельности

### Владеть:

Уровень 1	навыком проведения маркетинговых исследований
Уровень 2	способностью находить организационно-управленческие решения в транспортной сфере деятельности
Уровень 3	готовностью нести ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений в транспортной сфере деятельности

**ПК-1: способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов**

### Знать:

Уровень 1	основные приёмы и методы, с помощью которых осуществляются маркетинговые исследования
Уровень 2	алгоритм маркетинговых исследований
Уровень 3	методы сбора маркетинговой информации

### Уметь:

Уровень 1	анализировать первичную и вторичную информацию о состоянии внешней среды предприятия
Уровень 2	объединять информацию в смысловые блоки
Уровень 3	применять компьютер как средство автоматизации при проведении мониторинга, исследования и анализа

### Владеть:

Уровень 1	способами анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия
Уровень 2	современным инструментарием поиска и анализа информации
Уровень 3	компьютерными программами, позволяющими хранить и перерабатывать информацию

**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**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	алгоритм и показатели конъюнктурного анализа рынка
Уровень 2	-
Уровень 3	-
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	самостоятельно анализировать данные и прогнозировать развитие производства
Уровень 2	обосновать предложения при принятии управленческих решений
Уровень 3	выделять, формулировать и аргументировать варианты управленческих решений
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	основными методами исследования рынка
Уровень 2	способностями к критической оценке и обосновывать предложения по совершенствованию управленческих решений
Уровень 3	способами выявления социально-экономические последствия при не рациональном управленческом решении

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	основные приёмы и методы, с помощью которых осуществляются маркетинговые исследования; алгоритм и показатели конъюнктурного анализа рынка
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	анализировать макро- и микросреду рынка, прогнозировать развитие производства
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	способами анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия; основными методами исследования рынка; навыком проведения маркетинговых исследований

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов (академических)	Компетенции	Литература	Активные формы
	<b>Раздел 1. Методология маркетинговых исследований</b>					
1.1	Маркетинговые исследования: цели, задачи, виды /Лек/	5	8	ОПК-4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э4	
1.2	Процесс маркетингового исследования /Пр/	5	4	ОПК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э4	Работа в группе, решение практических задач
1.3	Разработка технического задания и плана маркетингового исследования /Пр/	5	4	ОПК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э4	
1.4	Методология маркетинговых исследований /Ср/	5	24	ОПК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э4	
	<b>Раздел 2. Маркетинговая информация</b>					

2.1	Методы сбора маркетинговой информации /Лек/	5	10	ОПК-4 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э3 Э4	
2.2	Использование сети Интернет для проведения маркетинговых исследований. /Пр/	5	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э4	Работа в группе, решение практических задач
2.3	Кабинетные методы сбора маркетинговой информации /Пр/	5	4	ОПК-4 ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4	
2.4	Контент-анализ текста /Пр/	5	4	ОПК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э4	
2.5	Полевые методы сбора маркетинговой информации: Фокус-группа /Пр/	5	4	ОПК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э4	
2.6	Полевые методы сбора маркетинговой информации: Форма для сбора данных /Пр/	5	6	ОПК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э4	
2.7	Кабинетные и полевые методы сбора маркетинговой информации /Пр/	5	6	ОПК-4 ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э3 Э4	Работа в группе, решение практических задач
2.8	Маркетинговая информация /Ср/	5	61	ОПК-4 ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э4	
2.9	Контрольная работа /Ср/	5	15	ОПК-4	Л1.1 Л1.2Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э4	
2.10	Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	5	26	ОПК-4 ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.4Л3.1 Л3.2 Э4	
	<b>Раздел 3. Исследование перевозок</b>					

3.1	Конъюнктурный анализ рынка /Лек/	6	6	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э3 Э4	
3.2	Анализ сбалансированности рынка /Пр/	6	10	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э3 Э4	Работа в группе, решение практических задач
3.3	Анализ тенденций и устойчивости развития рынка /Пр/	6	8	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э3 Э4	Работа в группе, решение практических задач
3.4	Конъюнктурный анализ рынка /Ср/	6	10	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э4	
3.5	Стратегический анализ рынка /Лек/	6	4	ОПК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э4	
3.6	Изучение и прогнозирование покупательского спроса /Пр/	6	10	ОПК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э3 Э4	Работа в группе, решение практических задач
3.7	Стратегический анализ /Ср/	6	13	ОПК-4 ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э4	
3.8	Конкурентный анализ рынка /Лек/	6	4	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э4	
3.9	Анализ конкурентов на рынке /Пр/	6	8	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э4	Работа в группе, решение практических задач

3.10	Конкурентный анализ /Ср/	6	16	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э4
3.11	Правила подготовки и сдачи маркетинговых отчетов /Лек/	6	4	ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э4
3.12	Выполнение РГР и контрольной работы /Ср/	6	36	ОПК-4 ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э3 Э4
3.13	Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	6	15	ОПК-4 ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э4
3.14	Промежуточная аттестация /Экзамен/	6	36	ОПК-4 ПК-1 ПК-11	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э4

### 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	Токарев	Маркетинговые исследования: Учебник	Москва: Издательство "Магистр", 2013	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
Л1.2	Морозова О. Ю.	Маркетинговые исследования: конспект лекций по дисциплине «Маркетинговые исследования» для бакалавров направления подготовки 38.03.01 "Экономика" всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	<a href="http://biblioserver.usurt.ru">http://biblioserver.usurt.ru</a>

##### 6.1.2. Дополнительная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.1	Каменева, Поляков	Маркетинговые исследования: Учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2013	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.2	Герасимов Б. И., Мозгов Н. Н.	Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие	Москва: Издательство "ФОРУМ", 2014	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
Л2.3	Гришина	Маркетинговые исследования: Практикум	Москва: Вузовский учебник, 2014	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
Л2.4	Морозова О. Ю.	Маркетинговые исследования: практикум для бакалавров по дисциплинам "Маркетинг и маркетинговые исследования", "Международные маркетинговые исследования", "Аналитический маркетинг" направлений подготовки 38.03.06 "Торговое дело", 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2017	<a href="http://biblioserver.usurt.ru">http://biblioserver.usurt.ru</a>

### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л3.1	Морозова О. Ю.	Маркетинговые исследования: практикум для бакалавров направления подготовки 38.03.01 "Экономика" всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	<a href="http://biblioserver.usurt.ru">http://biblioserver.usurt.ru</a>
Л3.2	Морозова О. Ю.	Маркетинговые исследования: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.03.01 "Экономика" всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	<a href="http://biblioserver.usurt.ru">http://biblioserver.usurt.ru</a>
Л3.3	Морозова О. Ю.	Маркетинговые исследования: методические рекомендации по написанию контрольной работы для студентов направления подготовки 38.03.01 "Экономика" всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	<a href="http://biblioserver.usurt.ru">http://biblioserver.usurt.ru</a>
Л3.4	Морозова О. Ю.	Маркетинговые исследования: методические указания к выполнению расчетно-графической работы для студентов направления подготовки 38.03.01 "Экономика" всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	<a href="http://biblioserver.usurt.ru">http://biblioserver.usurt.ru</a>

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

Э1	Журнал "Маркетинг в России и за рубежом" - <a href="http://www.mavriz.ru">www.mavriz.ru</a>
Э2	Журнал "Маркетинг и маркетинговые исследования" - <a href="http://grebennikon.ru">grebennikon.ru</a>
Э3	<a href="http://gks.ru">http://gks.ru</a>
Э4	<a href="http://bb.usurt.ru">bb.usurt.ru</a>

### 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	Справочно-правовая система Консультант Плюс
6.3.2.2	Автоматизированная система правовой информации на железнодорожном транспорте АСПИ ЖТ (профессиональная БД)
6.3.2.3	Центральная база статистических данных (ЦБСД) <a href="http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/">http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/</a>

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

Назначение	Оснащение
Учебная аудитория для	Специализированная мебель

проведения занятий лекционного типа	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
Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель
Центр тестирования - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	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
Компьютерный класс - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
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](http://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](http://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](http://bb.usurt.ru))