

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

Б1.В.ДВ.02.01 Менеджмент и маркетинг взаимодействия

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Управление в социальных и экономических системах, философия и история		
Учебный план	38.04.02_МТМ_2023.plx		
Направленность (профиль)	Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент		
Квалификация	Инновационные технологии управления на транспорте		
Форма обучения	магистр		
Объем дисциплины (модуля)	очная		
Часов по учебному плану	8 ЗЕТ	Часов контактной работы всего, в том числе:	135,95
в том числе:		аудиторная работа	126
аудиторные занятия	288	текущие консультации по практическим занятиям	7,2
самостоятельная работа	126	консультации перед экзаменом	2
часов на контроль	36	прием экзамена	0,5
Промежуточная аттестация и формы контроля:		прием зачета с оценкой	0,25
экзамен 3 зачет 1 зачет с оценкой 2			

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		2 (1.2)		3 (2.1)		Итого	
	УП	РП	УП	РП	УП	РП		
Неделя	18		18		18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18	18	18	54	54
Практические	18	18	18	18	36	36	72	72
Итого ауд.	36	36	36	36	54	54	126	126
Контактная работа	36	36	36	36	54	54	126	126
Сам. работа	36	36	36	36	54	54	126	126
Часы на контроль					36	36	36	36
Итого	72	72	72	72	144	144	288	288

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель дисциплины – формирование у магистрантов компетенций по управлению маркетинговой деятельностью организации, функционирующей в межкультурной среде.
1.2	Задачи изучения дисциплины: сформировать представление об основных элементах культуры и их влиянии на маркетинговые решения; научить магистрантов методам работы в ситуациях межкультурного общения; сформировать комплексное представление об управлении маркетинговой деятельностью организации, функционирующей в межкультурной среде; обучить магистрантов навыкам разработки комплекса маркетинга в межкультурной среде.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОП	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.02
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые в рамках предшествующей дисциплины "Методология и методы научных исследований", в результате освоения которой обучающийся должен:	
Знать: этапы осуществления научно-исследовательской деятельности; роль науки в развитии современного общества; организацию НИР в России и зарубежных странах; методологию и методики научных исследований; методы постановки и организации НИР;	
Уметь: формулировать цели саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала личности; проводить самостоятельные научные исследования; обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования; готовить доклады и активно выступать в дискуссиях; аннотировать и реферировать научные работы по своей теме;	
Владеть методами формулирования целей самореализации и саморазвития и использования творческого потенциала; активной позицией и способностью отстаивать свои взгляды и убеждения на проблему непознанного, готовностью к поиску нетривиальных, принципиально новых решений возникающих проблем; навыками научной организации труда	
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Развитие компетенций менеджеров	
Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности)	

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	
УК-5.2: Выстраивает социальное взаимодействие, учитывая общее и особенное различных культур и религий	
УК-5.1: Демонстрирует понимание особенностей различных культур и наций	
ПК-3: Способен разработать бизнес-проект и эффективно управлять его реализацией и развитием	
ПК-3.3: Способен управлять взаимоотношениями с клиентами, партнерами и персоналом организации	
ПК-3.2: Способен разработать бизнес-проект, осуществлять клиентоориентированное стратегическое и тактическое управление бизнесом на основе прогнозов развития рынка	
ПК-3.1: Знает методы изучения конъюнктуры рынка, передового отечественного и зарубежного опыта по эффективному управлению бизнесом и повышению его конкурентоспособности	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные элементы культуры и их проявления в бизнес ситуациях; влияние глобализации на поведение потребителей; методы маркетинговых исследований, используемые компаниями при выходе на зарубежные рынки; как учитывать межкультурный аспект в основных маркетинговых решениях о товаре, цене, канале распределения и продвижении
3.2	Уметь:
3.2.1	сравнивать культурную среду разных стран, используя теории межкультурного общения; анализировать поведение потребителей с учетом основных элементов культуры; прогнозировать возможные затруднения в международных маркетинговых операциях в ситуациях межкультурных различий; разрабатывать план маркетинговых решений с учетом межкультурных различий
3.3	Владеть:
3.3.1	методами разработки и реализации маркетинговых программ для организаций, функционирующих в межкультурной среде

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов (академически)	Компетенции	Литература	Активные формы

	Раздел 1. Культура и культурные концепции					
1.1	Введение в культуру. Основные понятия. Культура как отношение к ценностям. /Лек/	1	8	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	
1.2	Культурные концепции: многоаспектные модели. Антропологический подход Клакхон, Стродбека. Многоаспектность культуры по Тромпенаарсу. Культурные аспекты по Хофстеде. Постматериализм по Инглехарту. Мировая теория по Шварцу. Аспекты культуры по Холлу. Концепция GLOBE. /Пр/	1	10	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3	Групповая дискуссия
1.3	Подготовка к практическому занятию, самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	1	16	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 2. Переход от международного к межкультурному маркетингу и менеджменту					
2.1	Отличие международного и межкультурного маркетинга и менеджмента. Причины перехода от международного к межкультурному маркетингу и менеджменту. Особенности деловых отношений в различных странах. /Лек/	1	10	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3 Э4 Э5	
2.2	Процесс и стадии интернационализации. Стадии интернационализации. Особенности интернационализации в разных странах. Стратегические решения в межкультурном маркетинге и менеджменте. /Пр/	1	8	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3 Э4 Э5	Групповая дискуссия
2.3	Подготовка к практическому занятию, самостоятельное изучение теоретического материала. Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	1	20	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3 Э4 Э5	
	Раздел 3. Сегментирование, выход на рынок и каналы распределения					
3.1	Культурные кластеры, транснациональные целевые группы. Классификация культурных кластеров. Критерии сегментации: психографическая сегментация, социодемографическая сегментация, сегментация, ориентированная на поведение. Методы сегментации. /Лек/	2	10	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	

3.2	Критерии и стратегии выхода на рынок. Жесткие и мягкие факторы вхождения на рынок. Выбор правильного момента вхождения на рынок. Стратегии вхождения на рынок. Прямые и косвенные каналы реализации. /Пр/	2	8	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3 Э5	Работа в группах, освоение методики сегментирования рынка
3.3	Подготовка к практическому занятию, самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	2	16	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3 Э5	
Раздел 4. Товарная политика и бренды						
4.1	Стандартизация и дифференциация товаров. Факторы, способствующие и препятствующие стандартизации. Товары, зависимые и независимые от культуры. Временная ориентация. Упаковка и цвет. Эффект страны-производителя. /Лек/	2	8	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	
4.2	Виды брендов. Специфика отрасли экономики. Ширина ассортимента выпускаемой продукции. Географическая досягаемость. Глобальные бренды. Межкультурные стратегии брендов. Методы выбора торговой марки /Пр/	2	10	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	Работа в группах, отработка навыков работы с брендами
4.3	Подготовка к практическому занятию, самостоятельное изучение теоретического материала. Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	2	20	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	
Раздел 5. Коммуникационная политика						
5.1	Средства коммуникаций. Виды коммуникации: невербальная, паравербальная, экстравербальная. Процесс коммуникации. Средства коммуникационной политики: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, личные продажи и прямой маркетинг. /Лек/	3	8	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	
5.2	Специфика рекламных сообщений в разных странах. Содержание сообщения. Рекламные сообщения как отражение культурных аспектов. Средства рекламы. Достоверность СМИ при продвижении товара на рынок. Юмор в рекламных сообщениях. Шокирующая реклама. /Пр/	3	12	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	Групповая дискуссия
5.3	Подготовка к практическому занятию, самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	3	14	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	
Раздел 6. Политика ценообразования						

6.1	Влияние культуры на цену. Определение и функция цены. Культура и ценности. Культура и роль денег. Торг в различных культурах. Культура и ценовое восприятие. /Лек/	3	6	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3 Э4 Э5	
6.2	Международная ценовая дифференциация. Виды ценовой дифференциации. Дифференциация против стандартизации. Опасности международной ценовой дифференциации. /Пр/	3	12	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3 Э4 Э5	Работа в группах, отработка навыков решения задач ценообразования
6.3	Подготовка к практическому занятию, самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	3	14	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3 Э4 Э5	
Раздел 7. Менеджмент отношений						
7.1	Корпоративная культура. Значимость менеджмента отношений в межкультурном контексте. Особенности корпоративной культуры в интернациональных компаниях. /Лек/	3	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3 Э4	
7.2	Межличностные отношения. Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры. Иерархия и стили руководства. Менеджмент социальных сетей. Деловой этикет. Межкультурные команды. /Пр/	3	12	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3 Э4	Работа в группах, анализ проблемных ситуаций по вопросам межкультурных взаимоотношений
7.3	Подготовка к практическому занятию, самостоятельное изучение теоретического материала. Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	3	26	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
7.4	Промежуточная аттестация /Экзамен/	3	36	УК-5.1 УК-5.2 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	

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
---------------------	----------	-------------------	------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л1.1	Карпова С.В.	Международный маркетинг: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021	http://znanium.com
Л1.2	Лобарева Н. В.	Маркетинг взаимоотношений: учебное пособие	Москва: РТУ МИРЭА, 2020	http://e.lanbook.com

6.1.2. Дополнительная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.1	Моисеева Н. К.	Международный маркетинг и бизнес	Москва: ООО "КУРС", 2019	http://znanium.com
Л2.2	Моргунов В.И., Моргунов С.В.	Международный маркетинг: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020	http://znanium.com
Л2.3		Маркетинг взаимодействия: новые направления исследований и инструментарий: монография	Сыктывкар: СГУ им. Питирима Сорокина, 2014	http://e.lanbook.com

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л3.1	Рачек С. В., Качалов Д. В., Васильева Е. В.	Самостоятельная работа студентов в образовательном процессе: методические рекомендации по организации и сопровождению самостоятельной работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2014	http://biblioserver.usurt.ru

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

Э1	BlackBoard - http://bb.usurt.ru/
Э2	Энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru .
Э3	ОАО РЖД - http://rzd.ru/
Э4	Гильдия маркетологов - https://www.marketologi.ru/
Э5	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». // www.dis.ru/market/

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	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn
6.3.1.4	Справочно-правовая система КонсультантПлюс

6.3.2 Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

6.3.2.1	Справочно-правовая система КонсультантПлюс
6.3.2.2	База данных Федеральной службы государственной статистики
6.3.2.3	Автоматизированная система правовой информации на железнодорожном транспорте АСПИ ЖТ (профессиональная БД)
6.3.2.4	Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс (профессиональная база данных)

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

Назначение	Оснащение
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная мебель Демонстрационное оборудование - Комплект мультимедийного оборудования Учебно-наглядные пособия - презентационные материалы

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 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
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
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
Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель
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
Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель
Учебная аудитория для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Специализированная мебель Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования
Учебная аудитория для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Специализированная мебель

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.

Обучающемуся рекомендуется ознакомиться со списком основной и дополнительной литературы и взять в библиотеке издания (необходимо иметь при себе персонализированную 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 обучающихся 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.

Для закрепления теоретического материала в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru) размещены тестовые материалы. Число тренировочных попыток ограничено. Тестовые материалы сформированы в логической последовательности в соответствии с изученными темами. Совместная деятельность преподавателя и обучающихся организована в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru).

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

Для закрепления теоретического материала в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru) размещены тестовые материалы. Число тренировочных попыток ограничено. Тестовые материалы сформированы в логической последовательности в соответствии с изученными темами. Совместная деятельность преподавателя и обучающихся по проверке выполнения мероприятий текущего контроля, предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля) организована в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru). Для корректной работы в системе обучающиеся в разделе "Личные сведения" должны ввести актуальный адрес своей электронной почты.

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

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

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

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

Перечень учебно-методических материалов (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).

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения освоение дисциплины (модуля) осуществляется в электронно-информационной образовательной среде (образовательная платформа электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru)) в рамках созданного курса, что позволяет реализовывать асинхронное и синхронное взаимодействие участников образовательных отношений.