

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

Б1.В.ДВ.02.01 Аналитический маркетинг рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Управление персоналом и социология		
Учебный план	39.03.01 СЛ-2022.plx Направление 39.03.01 Социология		
Направленность (профиль)	Интернет-маркетинг и социальная аналитика		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Объем дисциплины (модуля)	4 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	144	Часов контактной работы всего, в том числе:	76,35
в том числе:		аудиторная работа	72
аудиторные занятия	72	текущие консультации по практическим занятиям	3,6
самостоятельная работа	36	прием зачета с оценкой	0,25
Промежуточная аттестация и формы контроля:		Взаимодействие по вопросам текущего контроля:	0,5
зачет с оценкой 6 контрольные		контрольная работа	0,5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	36	36	36	36
Практические	36	36	36	36
Элект	36	36	36	36
Итого ауд.	72	72	72	72
Контактная работа	108	108	108	108
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель освоения дисциплины - формирование у обучающихся знаний о сущности и принципах аналитического маркетинга, умений и навыков осуществления маркетинговых исследований на основе анализа данных.
1.2	Задачи дисциплины: формирование знаний об аналитических подходах к принятию решений в маркетинге, умений осуществлять моделирование конкурентной среды и применять технологии анализа данных, навыков расчета маркетинговых показателей.

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 предшествующими дисциплинами: Интернет-маркетинг; Социология Интернета; Маркетинговые исследования; Методы прикладной статистики для социологов; Поведение потребителя; Маркетинг и менеджмент; Управление продажами, Электронная коммерция.

В результате изучения предшествующих дисциплин у обучающихся должны быть сформированы:
 Знания: направлений, видов, этапов и методов маркетинговых исследований, этапов разработки и проведения социологических и маркетинговых исследований в информационно-коммуникационной сети «Интернет», инструментов разработки стратегии продвижения в сети; специфики Интернета как средства массовой коммуникации и исследовательского инструмента; основных положений, методов и технологии математического и статистического анализа; методов обработки, анализа и представления статистических данных с использованием специализированных пакетов прикладных программ; инструментов маркетингового анализа внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на поведение потребителей; базовых маркетинговых стратегий; сущности и характерных черт современного менеджмента; теоретических основ управления продажами в макро- и микроэкономике;

Умения: осуществлять социологические и маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет», разрабатывать стратегию продвижения и управлять ею, подбирать каналы и формировать систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»; формировать концепцию маркетингового исследования, подбирать оптимальные способы сбора и анализа информации в соответствии со спецификой объекта исследования, графически представлять статистические данные с использованием специализированных пакетов прикладных программ; разрабатывать маркетинговые инструменты влияния на покупательское поведение на каждом этапе процесса принятия решения о покупке; анализировать тенденции бизнес-среды и оценивать степень их воздействия на маркетинговые решения компании; анализировать и использовать платежные системы для ведения электронной коммерции;

Владения: навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет», анализа трафика на веб-сайт, разработки предложений по корректировке стратегии продвижения на основе анализа ее эффективности методами статистики; методикой и техникой проведения исследований в социальных сетях, социологических опросов в Интернете, навыком применения методов статистического анализа данных социологического исследования и графическим представлением статистических данных в MS Excel; методиками оценки эффективности стратегии продвижения; навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности, разработки и описания методологии больших данных, анализа трафика на веб-сайт и в социальные сети; инструментами продвижения бизнеса в глобальной сети Интернет.

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

Воронка продаж в интернет-маркетинге
 Разработка сайтов и интернет-приложений
 Социальное прогнозирование и проектирование
 Производственная практика (преддипломная практика)
 Производственная практика (проектно-технологическая практика)
 Государственная итоговая аттестация

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

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-1.1: Анализирует проблемную ситуацию (задачу) и выделяет ее базовые составляющие. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации (задачи), разрабатывает алгоритмы их реализации

ПК-2.1: Способен планировать и проектировать фундаментальное и прикладное социологическое и маркетинговое исследование, разработать его дизайн и методическую стратегию с учетом специфики исследования рынков, в т.ч. в сети «Интернет»

ПК-2.1.5: Осуществляет маркетинговое исследование в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

ПК-2.2: Способен обрабатывать, анализировать и интерпретировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций

ПК-2.2.2: Использует специальное программное обеспечение для обработки, обобщения и анализа социологических данных

ПК-2.2.1: Выбирает и обосновывает способы обобщения и анализа социологических данных

ПК-2.3: Способен разработать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения
ПК-2.3.3: Разрабатывает предложения по корректировке стратегии продвижения на основе анализа ее эффективности
ПК-2.3.2: Анализирует трафик на веб-сайт
ПК-2.3.1: Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные понятия и методы аналитического маркетинга, принципы системного анализа рынка, виды и методы расчета маркетинговых показателей
3.2	Уметь:
3.2.1	определять оптимальный набор специальных инструментов диагностики для организации, применять технологии анализа данных и методы анализа конкурентной среды
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками принятия управленческих решений на основе анализа данных, применения методов анализа конкурентной среды, разработки программы, модели измеряемых показателей.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов (академических)	Компетенции	Литература	Активные формы
	Раздел 1. Введение в аналитический маркетинг					
1.1	Введение в маркетинговую аналитику. Понятие аналитический маркетинг. Задачи аналитического маркетинга. Виды технологий аналитического маркетинга. Методы расчета маркетинговых показателей. Аналитические подходы к принятию решений в маркетинге. Принципы системного анализа рынка /Лек/	6	10	УК-1.1 ПК-2.1.5 ПК-2.2.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	
1.2	Виды технологий аналитического маркетинга. Виды и методы расчета маркетинговых показателей. Аналитические подходы к принятию решений в маркетинге. Принципы системного анализа. Системы поддержки принятия решений /Пр/	6	10	УК-1.1 ПК-2.1.5 ПК-2.2.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	Работа в малых группах, подготовка плана исследования
1.3	Работа с конспектом лекции. Углубленное изучение основной и дополнительной литературы по вопросам темы, подготовка к тестированию и практическому занятию. Выбор и утверждение темы контрольной работы. /Ср/	6	10	УК-1.1 ПК-2.1.5 ПК-2.2.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	
	Раздел 2. Технологии сбора и анализа данных					

2.1	Технологии сбора и хранения данных. Преобразование данных в единый формат и приведение их к единой структуре. Основные принципы построения информационных хранилищ. Технологии анализа данных. Стратегический анализ. Прогнозирование. CRM. Ценообразование. Программные инструментальные средства информационно-аналитических исследований. Многомерный маркетинговый анализ /Лек/	6	16	ПК-2.1.5 ПК-2.2.1 ПК-2.2.2 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	
2.2	Технологии сбора и хранения данных - концепция информационных хранилищ. Технологии анализа данных. Data Mining, Visual Mining, Text Mining. Стратегический анализ (портфельный анализ, ассортиментный анализ). Прогнозирование: регрессия, коэффициенты, сценарный подход. Многомерный маркетинговый анализ. Прогнозы метрик несколькими методами. Анализ удовлетворенности потребителей и потребительских предпочтений. Применение методов анализа конкурентной среды /Пр/	6	16	ПК-2.1.5 ПК-2.2.1 ПК-2.2.2 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	Работа в малых группах, формирование навыков разработки программы и модели измеряемых показателей
2.3	Работа с конспектом лекции. Углубленное изучение основной и дополнительной литературы по вопросам темы, подготовка к тестированию и практическому занятию. Разработка методологии и поведение исследования с применением технологии маркетингового анализа данных. Выполнение контрольной работы /Ср/	6	12	ПК-2.1.5 ПК-2.2.1 ПК-2.2.2 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	
Раздел 3. Визуализация данных						
3.1	Визуализация данных. Формы и типы визуализации, исходя из задачи. Методы визуальной оценки и прогноза /Лек/	6	10	ПК-2.2.1 ПК-2.2.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.2	Принципы и методы визуализации данных. Визуализация данных в компьютерных программах. Использование веб-сервисов визуализации данных. Основы построения презентации с использованием визуализации данных /Пр/	6	10	ПК-2.2.1 ПК-2.2.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	Работа в малых группах, применение методов визуальной оценки и прогноза; отработка способов визуализации данных различных типов
3.3	Работа с конспектом лекции. Углубленное изучение основной и дополнительной литературы по вопросам темы, подготовка к тестированию и практическому занятию. Визуализация результатов проведенного исследования /Ср/	6	8	ПК-2.2.1 ПК-2.2.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	

3.4	Взаимодействие с обучающимися по вопросам текущего контроля в электронной информационно-образовательной среде: консультирование и проверка выполнения контрольной работы, ее подготовки к представлению в форме презентации и защите /Элект/	6	36	УК-1.1 ПК-2.1.5 ПК-2.2.1 ПК-2.2.2 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.5	Работа с конспектом лекции. Углубленное изучение основной и дополнительной литературы по вопросам темы, тестации. Подготовка к итоговому тестированию и промежуточной аттестации /Ср/	6	6	УК-1.1 ПК-2.1.5 ПК-2.2.1 ПК-2.2.2 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3 Э4	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Фонд оценочных материалов по дисциплине (модулю), состоящий из ФОМ для текущего контроля и проведения промежуточной аттестации обучающихся, разрабатывается по каждой дисциплине. Оценочные материалы размещаются 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	Шумилов К. А.	Реалистичная визуализация в ArchiCAD: Учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019	http://iprbookshop.ru/586.html
Л1.2	Трайндл А.	Нейромаркетинг: Визуализация эмоций: Справочное пособие	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016	http://znanium.com
Л1.3	Корнеев В.И., Гагарина Л.Г.	Визуализация в научных исследованиях: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021	http://znanium.com
Л1.4	Рыжикова Т. Н.	Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022	http://znanium.com

6.1.2. Дополнительная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.1	Галюк А. Д.	Маркетинг: курс лекций для студентов направления подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2016	http://biblioserver.usurt.ru

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.2	Морозова О. Ю.	Аналитический маркетинг: курс лекций для студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	http://biblioserver.usurt.ru
Л2.3	Куликова О. В., Тимофеева Г. А.	Наука о данных и аналитика больших объемов информации: учебное пособие по дисциплине «Наука о данных и аналитика больших объемов информации» для магистрантов направления подготовки 09.04.02 «Информационные системы и технологии» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	http://biblioserver.usurt.ru
Л2.4	Морозова О. Ю.	Аналитический маркетинг: практикум для студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	http://biblioserver.usurt.ru
Л2.5	Гобарева Я. Л., Золотарюк А. В., Городецкая О. Ю.	Бизнес-аналитика средствами Excel: Учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2015	http://znanium.com
Л2.6	Логунова О. С., Романов П. Ю.	Представление и визуализация результатов научных исследований: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020	http://znanium.com

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

Э1	ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНАЯ СИСТЕМА "ЗНАНИЮМ" (http://znanium.com)
Э2	НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА «КИБЕРЛЕНИНКА» (https://cyberleninka.ru/)
Э3	eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА (https://elibrary.ru/defaultx.asp)
Э4	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn (www.bb.usurt.ru)

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
6.3.1.5	Vortex 10

6.3.2 Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

6.3.2.1	Справочно-правовая система "КонсультантПлюс"
6.3.2.2	Базы данных Федеральной службы государственной статистики - http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/ Единый архив экономических и социологических данных http://sophist.hse.ru/
6.3.2.3	Базы данных Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/
6.3.2.4	Банк социологических данных Института социологии РАН http://www.isras.ru/Databank.html
6.3.2.5	База социологических данных ВЦИОМ http://wciom.ru/database/
6.3.2.6	База данных ФОМ pk_vid=df01554ae5a118691540538114473ce0
6.3.2.7	Индикаторы и аналитические отчеты Левада-центра https://www.levada.ru/category/analiticheskiye-otchet/
6.3.2.8	Портал социологических данных РАНХиГС http://social.ranepa.ru/
6.3.2.9	Европейское социальное исследование http://www.europeansocialsurvey.org/
6.3.2.10	CESSDA Consortium of European Social Science Data Archives http://cessda.net/

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
Учебная аудитория для проведения практических	Специализированная мебель Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования

занятий (занятий семинарского типа)	
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
Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций	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
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 занятий семинарского типа (практических занятий, лабораторных занятий), курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также для самостоятельной работы.	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 Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования

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 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 обучающихся со стационарных ПЭВМ, либо с личного ПЭВМ (ноутбука, планшетного компьютера или иного мобильного устройства) посредством беспроводного доступа при активации индивидуальной учетной записи.

Использование 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, размещен на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

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", материалы размещены на странице данного курса 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. Самостоятельная работа, связанная с выполнением контрольной работы, организована таким образом, чтобы обучающиеся имели возможность получать обратную связь о

результатах ее выполнения по мере готовности до начала промежуточной аттестации. Для этого контрольная работа направляется в адрес преподавателя, который проверяет ее и возвращает обучающемуся с комментариями. 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. Требования к объему и содержанию контрольной работы, а также качеству ее выполнения идентичны для обучающихся всех форм обучения.

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)".

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.