

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I»

Гуманитарно-правовой факультет

Кафедра управления и маркетинга в АПК

Основы маркетинга

Методические указания по самостоятельной работе
для обучающихся по направлению 38.03.04 Государственное и
муниципальное управление по профилю «Муниципальное управление
сельских территорий»

Основы маркетинга: Методические указания по самостоятельной работе для обучающихся по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление по профилю «Муниципальное управление сельских территорий» / Е.В. Закшевская, Т.В. Закшевская, С.В. Куксин, М.В. Загвозкин. – Воронеж: ВГАУ, 2017 – 13 с.

Рецензент: зав. кафедрой информационного обеспечения и моделирования агроэкономических систем ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, д.э.н., профессор Улезько А.В.

Методические указания рассмотрены и рекомендованы к изданию на заседании кафедры управления и маркетинга в АПК, протокол № 10 от 17.04.2017 г.

Методические указания рассмотрены и рекомендованы к изданию на заседании методической комиссии гуманитарно-правового факультета, протокол № 9 от 24.05.2017 г.

Введение

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и

муниципальное управление имеет своей целью обеспечение комплексной и качественной подготовки обучающихся на основе сочетания современных образовательных технологий и воспитательных методик для формирования общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В соответствии с ФГОС ВО, образовательный процесс включает все виды аудиторной и самостоятельной работы обучающегося, практики и научно исследовательской работы, и время, отводимое на контроль качества освоения обучающимся ОПОП. В настоящее время отмечается усиление роли самостоятельной работы обучающихся.

Цель преподавания курса – сформировать у студентов представление о том, как при помощи грамотного использования методов и приемов маркетинга способствовать удовлетворению потребностей покупателя путем предложения им конкурентоспособных товаров, добиваясь при этом эффективного развития производства муниципальных образований.

Основные задачи освоения дисциплины:

- участие в разработке и реализации маркетинговой стратегии;
- участие в разработке и реализации комплекса маркетинговых мероприятий характера в соответствии со стратегией;
- планирование деятельности отдела маркетинга;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных работ, связанных с маркетингом;
- информационно-аналитическая деятельность: сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия маркетинговых решений;
- построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия маркетинговых решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение клиентских баз данных;
- оценка эффективности маркетинговых проектов или деятельности;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности (маркетинговым исследованиям) и маркетинговой деятельности в целом.

Предметом изучения основ маркетинга являются законы и закономерности развития рыночных отношений, включая механизм их использования, под которым понимаются не только механизм реализации основных законов, регулирующих рыночные отношения, таких, как закон спроса и предложения, закон возвышения потребностей и другие, но и принципы и методы их реализации.

Особенность основ маркетинга как научной дисциплины состоит в том, что именно эта теория должна ответить на вопрос, как, используя конкретное экономическое пространство и соответствующее ему соотношение спроса и предложения в границах той или иной сферы производства, распределения, обмена и потребления благ, выбрать определенный вариант поведения (действий), спрогнозировать и получить оптимальный результат.

Объектом изучения основ маркетинга могут быть различные рыночные субъекты или рыночные процессы.

Место дисциплины в учебном процессе.

Данная дисциплина относится к вариативной части (обязательные дисциплины).

1. Содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа при изучении дисциплины складывается из самостоятельной работы на аудиторных занятиях и внеаудиторной самостоятельной работы.

Самостоятельная работа предполагает широкое использование различных источников информации (учебников и учебных пособий, специальной научной и научно-популярной литературы, ресурсов глобальной сети Интернет, материалов личных наблюдений и умозаключений и т. д.).

Связь обучающегося с преподавателем при необходимости и в ходе самостоятельной работы может осуществляться по электронной почте, адрес которой преподаватель должен дать обучающемуся на первом же занятии.

Основными видами самостоятельной работы при изучении дисциплины «Основы маркетинга» являются:

самостоятельная подготовка к практическим занятиям через проработку лекционного материала по соответствующей теме;

самостоятельное изучение тем практических занятий;

систематизация знаний путем проработки пройденных лекционных материалов по конспекту лекций, учебникам и пособиям на основании перечня экзаменационных вопросов, тестовых вопросов по материалам лекционного курса и базовых вопросов по результатам освоения тем, вынесенных на практические занятия.

подготовка к текущему и итоговому контролю;

самостоятельное решение задач по заранее освоенным алгоритмам,

выполнение индивидуальных заданий или контрольной работы.

Обучающийся всех форм обучения самостоятельно изучают все темы дисциплины на основе собственных конспектов лекций, раздаточного материала к лекциям, материалов компьютерных презентаций лекционного курса, основной и дополнительной литературы и других информационных ресурсов.

Все практические задания выполняются как на аудиторных занятиях (в том числе и самостоятельно), так и вне аудиторий.

Систематизацию знаний необходимо осуществлять самостоятельно как в ходе отдельных аудиторных занятий, так и во время внеаудиторной работы. Систематизация знаний проводится на основе проработки собственных конспектов лекций, раздаточного материала к лекциям, материалов компьютерных презентаций лекционного курса, формирования отчета о выполняемых темах практических занятий, изучения основной и дополнительной литературы и поиска необходимой информации в других информационных ресурсах.

В этой связи на каждом практическом занятии проводятся опросы обучающихся с целью как контроля самостоятельной работы, так и с целью побуждения к осознанной работе по целенаправленной систематизации знаний.

Важным аспектом при систематизации знаний являются консультации преподавателя, который на каждом занятии должен обращать внимание обучающихся на ключевые вопросы каждой темы и на взаимосвязь тем между собой.

2. Функции самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная деятельность выполняет ряд функций, к которым относятся:

- развивающая, поскольку именно самостоятельная деятельность способствует повышению культуры умственного труда, приобщению к творческим видам деятельности, обогащению интеллектуальных способностей, обучающихся;

- информационно-обучающая. Учебная деятельность обучающихся на аудиторных занятиях, не подкреплённая самостоятельной работой, становится малорезультативной;

- ориентирующая и стимулирующая функции позволяют придать процессу обучения так называемое профессиональное ускорение, выражающееся в том, что в ходе самостоятельной деятельности у обучающихся не только развиваются интеллектуальные способности и повышается культура умственного труда;

- воспитывающая функция тоже проявляется в самостоятельной деятельности, поскольку личность специалиста, его профессиональные качества развиваются, формируются, а иногда и корректируются в процессе непосредственного выполнения того или иного вида задания для самостоятельной работы;

- педагогической коррекции, поскольку организация самостоятельной деятельности обучающихся есть определенное отражение всего педагогического процесса в образовательном учреждении;

- исследовательская функция выводит обучающихся на новый уровень профессионально-творческого мышления.

Кроме перечисленных для самостоятельной деятельности важна практическая реализация функций самопобуждения и самоуправления, а также познавательная

3. Организация самостоятельной работы по дисциплине

Овладение методами и видами СР происходит на лекциях и практических занятиях.

При изучении дисциплины организация СР должна представлять единство трех взаимосвязанных форм:

1. внеаудиторная самостоятельная работа;
2. аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя;
3. творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

Виды внеаудиторной СР разнообразны:

1) подготовка и написание рефератов, докладов, очерков и других письменных работ на заданные темы. Обучающемуся желательно предоставить право выбора темы и даже руководителя работы;

2) выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.;

3) выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у обучающихся самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый обучающийся, так и часть обучающихся группы;

Основными видами самостоятельной работы при изучении дисциплины «Основы маркетинга» являются:

- самостоятельная подготовка к практическим занятиям через проработку лекционного материала по соответствующей теме;
- самостоятельное изучение тем теоретического курса, не вошедших в лекционный материал;
- самостоятельное изучение тем практических занятий;
- систематизация знаний путем проработки пройденных лекционных материалов по конспекту лекций, учебникам и пособиям на основании перечня экзаменационных вопросов, тестовых вопросов по материалам лекционного курса и базовых вопросов по результатам освоения тем, вынесенных на практические занятия;
- подготовка к текущему контролю;
- самостоятельное решение задач по заранее освоенным алгоритмам.

Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся представлены в таблице 1.

Таблица 1. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение
1	Введение в маркетинг: эволюция теории и основные категории	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>
2	Цели, принципы и функции маркетинга	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>
3	Современные концепции и системный подход в маркетинге	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>

№ п/п	Тема самостоятельной	Учебно-методическое обеспечение
4	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>
5	Методические основы маркетингового исследования рынка	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>
6	Сегментирование рынка и позиционирование товара	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>

№ п/п	Тема самостоятельной	Учебно-методическое обеспечение
7	Формирование товарной политики в маркетинге	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>
8	Разработка ценовой политики в маркетинге	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ,</p>
9	Система товародвижения в маркетинге	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>

№ п/п	Тема самостоятельной	Учебно-методическое обеспечение
10	Формирование коммуникационной политики в маркетинге	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевой .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>
11	Организация и управление маркетинговой деятельностью фирмы	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевой .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>
12	Введение в маркетинг: эволюция теории и основные категории	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевой .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Демченко А. Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 08.05.02.(06.08.00.)-"Экономика и управление на предприятии АПК" / А. Ф. Демченко, А. В. Белоусов, С. Н. Коновалова; Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГУ, 2007 - 333 с</p>

Обучающиеся самостоятельно изучают все темы дисциплины на основе собственных конспектов лекций, раздаточного материала к лекциям, материалов компьютерных презентаций лекционного курса, основной и дополнительной литературы и других информационных ресурсов.

Все практические задания выполняются как на практических занятиях (в то числе и самостоятельно), так и вне аудиторий.

Важным аспектом при систематизации знаний являются консультации преподавателя, который на каждом занятии должен обращать внимание студентов на ключевые вопросы каждой темы, на взаимосвязь тем между собой и необходимость самостоятельного изучения конкретных вопросов темы.

Для осуществления самостоятельной работы, помимо печатных изданий, обучающимся рекомендованы к использованию также ниже приведенные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ (<http://library.vsau.ru/>).

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. <http://www.libertarium.ru/library> — библиотека материалов по экономической тематике.
2. <http://www.finansy.ru> — материалы по социально-экономическому положению и развитию в России.
3. <http://www.minfin.ru> – Официальный сайт Министерства финансов.
4. <http://www.fedcom.ru> – Федеральная комиссия по рынку ценных бумаг.
5. <http://www.mse.ru> - Межбанковская фондовая биржа.
6. <http://www.cbr.ru> — Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы).
7. <http://www.rbc.ru> - РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера).
8. <http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей
9. <http://www.gks.ru> – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации
www.government.ru – Официальный сайт Правительства Российской Федерации

Федерации

Электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ (<http://library.vsau.ru/>)

Наименование ресурса	Сведения о правообладателе	Адрес в сети Интернет
ЭБС «Znanium.com»	ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М»	http://znanium.com
ЭБС издательства «Лань»	ООО «Издательство Лань»	http://e.lanbook.com
ЭБС издательства «Перспектив науки»	ООО «Перспектив науки»	www.prospektnauki.ru
ЭБС «Национальный цифровой ресурс «РУ-КОНТ»	ООО «ТРАНСЛОГ»	http://rucont.ru/
Электронные информационные ресурсы ФГБ-	Федеральное гос. бюджетное учреждение	http://www.cnsnb.ru/terminal/

НУ ЦНСХБ (терминал удаленного доступа)	«Центральная научная сельскохозяйственная библиотека»	
Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU	ООО «РУНЭБ»	www.elibrary.ru
Электронный архив журналов зарубежных издательств	НП «Национальный Электронно-Информационный Консорциум»	http://archive.neicon.ru/
Национальная электронная библиотека	Российская государственная библиотека	https://нэб.рф/

Помещениями для самостоятельной работы обучающихся являются читальный зал ауд. 232а, читальный зал научной библиотеки, компьютерный класс общежития №7, которые оснащены 50 компьютерами с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант Плюс», электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде.

4. Особенности контроля и оценки СР

Контроль самостоятельной работы обучающихся – это комплекс мероприятий, включающий анализ и оценку самостоятельной работы обучающихся в ходе освоения ими учебной дисциплины (модуля). Контроль самостоятельной работы и оценка ее результатов организуется как единство двух форм: самоконтроль и самооценка обучающегося; контроль и оценка со стороны преподавателя. Контроль самостоятельной работы со стороны преподавателя может осуществляться как на аудиторных занятиях, так и в рамках индивидуальной работы с обучающимися в различных формах, определяемых преподавателем в рабочей программе учебной дисциплины (практики).

Виды контроля: устный опрос; письменные работы; контроль с помощью технических средств и информационных систем, интерактивных технологий.

Постоянный текущий контроль самостоятельной работы (после изучения каждой темы и раздела) позволяет обучающемуся систематизировать знания как в разрезе отдельных тем, так и отдельных разделов дисциплины.

По итогам каждой темы практических занятий должен быть сформировать отчет с результатами выполнения индивидуального задания. В ходе индивидуального опроса преподаватель должен проверить правильность выполнения задания и уровень освоения обучающимся данной темы.

При индивидуальном опросе преподаватель обращает особое внимание на уровень знаний магистрантами содержания вопросов темы.

По результатам опроса по каждой теме обучающемуся выставляется оценка.

Критерии оценки знаний по отдельным темам:

оценка «отлично» выставляется, если обучающийся выполнил задание полностью и без ошибок, показал полные и глубокие знания по изученной теме, логично и аргументировано ответил на все вопросы по выполненному заданию;

оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся выполнил задание полностью и без ошибок, твердо знает материал по данной теме, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в ответе, достаточно полно отвечает на вопросы по выполненному заданию;

оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся выполнил задание полностью, но с незначительными ошибками, показал знание только основ материала по данной теме, усвоил его поверхностно, но не допускал при ответе на вопросы грубых ошибок или неточностей;

оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающийся выполнил задание полностью, но с грубыми ошибками, не знает основ материала по данной теме, допускает при ответе на вопросы грубые ошибки или неточности.

Обучающийся не аттестуется по данной теме, если не ответил на вопросы темы и практическое задание по теме не выполнил, либо выполнил не полностью или неправильно.

Если обучающийся не выполнил более 50% практических заданий или имеет хотя бы одну оценку «неудовлетворительно» в журнале (ведомости) текущего контроля знаний, то преподаватель, ведущий практические занятия, имеет право не допустить магистранта до сдачи экзамена.

Тестирование - форма унифицированного контроля знаний, умений и навыков на основе тестов, стандартизированных процедур проведения тестового контроля, обработки, анализа и представления результатов. Тестирование как форму текущего контроля знаний рекомендуется использовать по мере изучения отдельных разделов дисциплины. Также рекомендуется проводить тестирование и после изучения всего курса.

Вопросы тестов приведены в Рабочей программе данной дисциплины.

Тестирование по разделам дисциплины и в целом по дисциплине проходит в соответствии с графиком тестирования, составляемого на основе календарных планов проведения аудиторных занятий.

На основании аттестации по отдельным темам лекций и практических занятий и результатов тестирования преподаватель, ведущий практические занятия, заполняет ведомость текущего контроля знаний и выводит среднюю интегрированную оценку, которой он оценивает результаты освоения дисциплины каждым обучающимся .

Перечень контрольных мероприятий, распределение баллов по всем видам и формам контроля (текущей и промежуточной аттестации) регламентируются рабочей программой дисциплины и ФОСом, которые разрабатываются преподавателем и доступны в электронной образовательной среде Университета <http://io.vsau.ru/>.