

«УТВЕРЖДАЮ»

Декан экономического факультета

А. А. Тамов

«18» марта 2021 г.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Б1.В.ДЭ.03.02 ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ

направление подготовки 38.03.01 Экономика

направленность Финансы и кредит

РПД адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Майкоп,  
2021

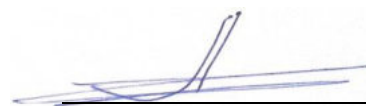
Факультет        *экономический*

Кафедра        *экономики и управления*

Составитель (разработчик) программы:    *канд. экон. наук, доцент    С.А. Хатукай*

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры *экономики и управления*  
от « 16 » марта 2021 г., протокол №8

Заведующий кафедрой: *д-р экон. наук, профессор А.А. Тамов*



Согласовано:

Председатель УМК экономического факультета: *доцент кафедры  
экономики и управления, канд. экон. наук, доцент С.А. Хатукай*



## Содержание

	стр.
Пояснительная записка	4
1. Цели и задачи дисциплины (модуля)	5
2. Объем дисциплины (модуля) по видам учебной работы	7
3. Содержание дисциплины (модуля)	7
4. Самостоятельная работа обучающихся	8
5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	9
6. Образовательные технологии	12
7. Методические рекомендации по дисциплине (модулю)	13
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	17
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	19
10. Лист регистрации изменений	20

## **Пояснительная записка**

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленности: «Финансы и кредит».

Дисциплина «Финансовый маркетинг» относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Общая экономическая теория», «Микроэкономика», «Экономика организации (предприятия)», «Менеджмент», «Маркетинг», «Деньги, кредит, банки», «Финансовые рынки», «Страховое дело», «Анализ и оценка рисков», «Ознакомительная практика».

Трудоемкость дисциплины: 108 ч. /3 з.е.;

контактная работа: 28,25 ч.

занятия лекционного типа – 14 ч.,

занятия семинарского типа – 14 ч.,

иная контактная работа – 0,25 ч.,

СР – 79,75 ч.

Ключевые слова: финансовый маркетинг, сущность, содержание и инструментарий финансового маркетинга; комплекс финансового маркетинга; исследование рынка; конъюнктура рынка; стимулирование сбыта; реклама; контроль в системе финансового маркетинга; продвижение в финансовом маркетинге.

## 1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью дисциплины «Финансовый маркетинг» является формирование у студентов теоретических знаний о современных особенностях маркетинговой деятельности на финансовых рынках и приобретение практических навыков в области стратегического и операционного маркетинга с учетом эффективной деятельности финансовой организации.

Изучение дисциплины «Финансовый маркетинг» способствует решению следующих задач профессиональной деятельности:

- изучить понятийный и категориальный аппарат финансового маркетинга;
- выявить исторические аспекты развития маркетинговой теории и практики;
- определить специфику маркетинговых исследований и ситуационного анализа в современных условиях на финансовых рынках;
- сформировать маркетинговые стратегии финансовых организаций;
- изучить особенности сегментирования и позиционирования финансовых организаций в современных условиях;
- оценить модели поведения потребителей (покупателей) на финансовых рынках;
- изучить особенности товарной, ценовой и сбытовой политики финансовых организаций;
- выявить специфику применения маркетинговых коммуникаций финансовыми организациями;
- оценить эффективность маркетинговой деятельности финансовой организации.

Таблица 1 — Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1 Способен консультировать клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг	ИПК-1.1 Демонстрирует знания маркетингового анализа, технологии продаж, при консультировании клиентов, обеспечении проведения сделок кредитования, страхования (перестрахования)	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– этапы эволюции концепции маркетинга на рынке финансовых услуг;</li> <li>– концептуальные основы построения комплекса финансового маркетинга в современных финансовых организациях;</li> </ul> <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обобщать, систематизировать и оценивать маркетинговую информацию о деятельности финансовых организаций;</li> <li>– выбирать оптимальные маркетинговые инструменты для формирования комплекса маркетинга финансовой организации;</li> </ul> <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками обобщения и критического осмысления современных технологий</li> </ul>

		<p>маркетинговой деятельности финансовых организаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– инструментами принятия маркетинговых решений и оценкой их эффективности;</li> <li>– способами проведения сравнительного анализа современных способов продвижения и продажи финансовых продуктов и услуг, в том числе с применением современных информационных технологий.</li> </ul>
<p><i>ПК-3 Способен обеспечивать проведение сделок кредитования корпоративных заемщиков</i></p>	<p><i>ИПК-3.1 Демонстрирует знания маркетингового анализа, технологии продаж, при консультировании клиентов, обеспечении проведения сделок кредитования, страхования (перестрахования)</i></p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– мероприятия в области формирования маркетинговой (корпоративной) стратегии финансовых организаций;</li> <li>– о решениях, принимаемых в области банковского, страхового, и инвестиционного видов маркетинга;</li> </ul> <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области маркетинга финансовых организаций (банков, страховых и инвестиционных компаний);</li> <li>– реализовывать модели принятия маркетинговых решений в постоянно меняющихся рыночных условиях;</li> </ul> <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками принятия комплексных и эффективных маркетинговых решений в области банковского, страхового, инвестиционного и портфельного управления проектами;</li> <li>– навыками проведения товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик финансовой организацией.</li> </ul>
<p><i>ПК-4 Способен заключать договоры страхования (перестрахования)</i></p>	<p><i>ИПК-4.1 Демонстрирует знания маркетингового анализа, технологии продаж, при консультировании клиентов, обеспечении проведения сделок кредитования, страхования (перестрахования)</i></p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– качественные и количественные методы исследования состояния рынка страховых услуг;</li> <li>– традиционные и инновационные методы продажи страховых продуктов;</li> </ul> <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбирать эффективные каналы распределения страховых продуктов;</li> <li>– разрабатывать комплекс мероприятий по продвижению новых страховых продуктов на рынок B2B и B2C;</li> </ul> <p><i>Владеет:</i></p>

		– навыками принятия комплексных и эффективных маркетинговых решений в области разработки и продвижения страховых продуктов; – навыками проведения товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик страховой компании.
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 2. Объем дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Таблица 2 — Объем дисциплины (модуля) общая трудоемкость: 3 з.е. / 108 ч.

Форма обучения: *очная*

Виды учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		VIII
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа:	28,25	28,25
занятия лекционного типа	14	14
занятия семинарского типа (семинары)	14	14
иная контактная работа	0,25	0,25
Самостоятельная работа (СР)	79,75	79,75
Вид промежуточного контроля (зачет, экзамен)	зачет	зачет

## 3. Содержание дисциплины (модуля)

Таблица 3 — Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: *очная*

Семестр 4

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Объем в часах					
		Всего	Л	ПЗ	С	ИКР	СР и иная работа
1.	Тема 1 Понятие, сущность и особенности современного финансового маркетинга.	17	2	2			13
2.	Тема 2 Финансовые рынки и маркетинговая среда.	17	2	2			13
3.	Тема 3 Маркетинговые исследования на финансовых рынках	17	2	2			13

4.	Тема 4 Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков.	17	2	2			13
5.	Тема 5 Комплекс финансового маркетинга и его элементы.	21	4	4			13
6.	Тема 6 Коммуникационная политика финансовых организаций.	19	2	2		0,25	14,75
Итого:		108	14	14		0,25	79,75

#### 4. Самостоятельная работа обучающихся

Цели самостоятельной работы — освоить те разделы дисциплины, которые не были затронуты в процессе аудиторных занятий, но предусмотрены рабочей программой, а также расширить границы получаемых знаний, умений и навыков (владений) в процессе дополнительного изучения отдельных тем, решении практических задач, исследования отдельных вопросов дисциплины с помощью учебно-методической литературы; подготовиться к занятиям лекционного и семинарского типа.

*Виды самостоятельной работы:*

- выполнение домашних заданий;
- подготовка рефератов;
- изучение отдельных тем, вопросов, их конспектирование;
- подготовка докладов по отдельным вопросам тем;
- подготовка презентаций по отдельным вопросам тем;
- выполнение домашних контрольных заданий;
- подготовка к занятиям лекционного и семинарского типа;
- подготовка к текущим контрольным мероприятиям;
- другие виды самостоятельной работы студентов.

Таблица 4 — Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Разделы рабочей программы	Форма отчетности
1	Изучение теоретического материала по конспектам лекций; конспектирование вопросов, оговоренных на лекции, по учебной литературе.	Тема 1	Составление доклада и словаря терминов
2	Подготовка мультимедийной презентации по вопросам темы.	Тема 2	Подготовка презентации
3	Выполнение домашних заданий и подготовка к практическим занятиям.	Тема 3	Конспект лекции, разработка тестовых



			заданий по лекции.
4	Подготовка сообщений, выступлений.	Тема 4	Доклад с презентацией
5	Изучение теоретического материала по конспектам лекций; конспектирование вопросов, оговоренных на лекции, по учебной литературе.	Тема 5	Составление доклада и словаря терминов
6	Подготовка мультимедийной презентации по вопросам темы.	Тема 6	Подготовка презентации

#### 4.1. Типы семестровых заданий

1. Подготовка отдельных докладов по темам занятий.
2. Поиск учебных видеофильмов, роликов для дальнейшей демонстрации на занятии.
3. Подготовка мультимедийной презентации.
4. Составление тестов.
5. Решение тестов.

### 5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

Таблица 5.1 — Основная литература

№ п/п	Наименование, библиографическое описание
1.	Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 362 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573174">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573174</a> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02115-2. – Текст : электронный.
2.	Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573172">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573172</a> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03478-7. – Текст : электронный.
3.	Калужский, М.Л. Маркетинг : учебник : [16+] / М.Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=598991">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=598991</a> – ISBN 978-5-4499-1657-0. – DOI 10.23681/598991. – Текст : электронный.
4.	Татарников, Е.А. Маркетинг: шпаргалка : [16+] / Е.А. Татарников ; Научная книга. – 2-е изд. – Саратов : Научная книга, 2020. – 48 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=578527">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=578527</a> – ISBN 978-5-9758-1964-2. – Текст : электронный.

5.	Чернопятов, А.М. Маркетинг : учебник : [16+] / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 439 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=564259">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=564259</a> – Библиогр.: с. 411-414. – ISBN 978-5-4499-0100-2. – DOI 10.23681/564259. – Текст : электронный.
6.	Золотковский, Ю. С. Банковский маркетинг : учебное пособие : [12+] / Ю. С. Золотковский. – Минск : РИПО, 2015. – 234 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=463349">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=463349</a> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-503-518-4. – Текст : электронный.

Таблица 5.2 — Дополнительная литература

№ п/п	Наименование, библиографическое описание
1.	Герасимова, О.О. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие : [16+] / О.О. Герасимова. – Минск : РИПО, 2019. – 270 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=599913">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=599913</a> – Библиогр.: с. 253-256. – ISBN 978-985-503-905-2. – Текст : электронный.
2.	Реброва, Н.П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : [16+] / Н.П. Реброва, Е.А. Лунева. – Москва : Прометей, 2020. – 159 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=612089">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=612089</a> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907244-41-2. – Текст : электронный.
3.	Сбоева, И.А. Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 204 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=560559">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=560559</a> – Библиогр.: с. 174-175. – ISBN 978-5-8158-2072-2. – Текст : электронный.
4.	Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 468 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496068">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496068</a> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01974-6. – Текст : электронный
5.	Чернопятов, А.М. Бенчмаркинг : учебное пособие : [16+] / А.М. Чернопятов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 154 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496622">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496622</a> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-2760-0. – DOI 10.23681/496622. – Текст : электронный.

Таблица 5.3 — Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Название (адрес) ресурса
1.	Электронная библиотека онлайн <a href="http://www.biblioclub.ru/">http://www.biblioclub.ru/</a>
2.	Научная библиотека АГУ <a href="http://agulib.adygnet.ru">agulib.adygnet.ru</a>
3.	Научная электронная библиотека <a href="http://elibrary.ru">elibrary.ru</a>
4.	Библиотека экономической и управленческой литературы <a href="http://eur.ru">eur.ru</a>
5.	Объединение интернет-порталов АКДИ и «Экономика и жизнь» <a href="http://akdi.ru">akdi.ru</a>
6.	ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com">www.e.lanbook.com</a> Российский разработчик и поставщик современных образовательных IT-решений, флагманский продукт «Лани» – собственная электронно-библиотечная система (ЭБС), предоставляющая образовательным организациям доступ к электронным версиям книг ведущих издательств учебной, научной, профессиональной литературы и периодики по различным направлениям подготовки. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.
7.	ФГБУ «Российская государственная библиотека» <a href="http://dvs.rsl.ru">http://dvs.rsl.ru</a> Состав пополняется объемом диссертаций по всем специальностям (кроме медицины и фармации), что составляет около 30000 диссертаций в год. Доступ к полным текстам диссертаций только в отделе электронных публикаций НБ АГУ. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

Таблица 5.4 — Периодические издания

№ п/п	Наименование
1.	Business Excellence / гл. ред. Т. Киселева ; учред. и изд. РИА «Стандарты и качество» ; учред. Н. Томпсон. – Москва : РИА «Стандарты и качество», 2021. – № 1. – 108 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=607776">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=607776</a> . – ISSN 1813-9485. – Текст : электронный
2.	Экономический анализ : теория и практика / гл. ред. Н.П. Любушин ; учред. и изд. ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ». – Москва : Финансы и кредит, 2021. – Том 20, выпуск 3. – 198 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=613523">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=613523</a> . – ISSN 2073-039X (Print). - ISSN 2311-8725 (Online). – Текст : электронный.
3.	Региональная экономика : теория и практика / гл. ред. Н.Э. Бабичева ; учред. и изд. ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ». – Москва : Финансы и кредит, 2021. – Том 19, выпуск 3. – 202 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=613537">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=613537</a> . – ISSN 2073-1477 (Print). - ISSN 2311-8733 (Online). – Текст : электронный.
4.	Российский экономический журнал / изд. Академия менеджмента и бизнес-администрирования ; гл. ред. А.Ю. Мелентьев ; учред. ЗАО "ЭЖ МЕДИА". – Москва : Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2021. – № 1. – 128 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. –

## 5.5. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru/>

Официальный сайт науки и высшего образования РФ <https://minobrnauki.gov.ru/>

Справочная правовая система «Консультант плюс» [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

Справочная правовая система «Гарант» [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

[AUP.Ru: информационно-методический интернет-ресурс по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии](#)

[Economicus.Ru : портал по экономическим дисциплинам](#)

[Энциклопедия маркетинга : статьи, книги](#)

[РосБизнесКонсалтинг \(РБК\)](#)

[Корпоративный менеджмент : аналитические статьи, книги и курсы лекций, бизнес-планы реальных предприятий](#)

[Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал](#)

[Финансы.ru: экономические новости, актуальные публикации по экономике и финансам, методические пособия, лекции, тщательно отобранные рефераты, конспекты, переводы, тексты книг дипломы и диссертации](#)

## 6. Образовательные технологии

Таблица 6 — Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Тема 1 Понятие, сущность и особенности современного финансового маркетинга.	Лекция 1 Семинар 1 Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием презентационных материалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Тестирование Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2	Тема 2 Финансовые рынки и маркетинговая среда.	Лекция 2 Семинар 2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Тестирование Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Тема 3	Лекция 3	Лекция с использованием

	Маркетинговые исследования на финансовых рынках	Семинар 3  Самостоятельная работа	презентационных материалов Тестирование Решение задач Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4	Тема 4 Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков.	Лекция 4  Семинар 4  Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Тестирование Решение задач Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Тема 5 Комплекс финансового маркетинга и его элементы.	Лекция 5,6  Семинар 5,6  Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Тестирование Решение задач Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
6	Тема 6 Коммуникационная политика финансовых организаций.	Лекция 7  Семинар 7  Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Тестирование Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

## 7. Методические рекомендации по дисциплине (модулю)

### *Методические рекомендации преподавателю*

Изучив содержание учебной дисциплины, целесообразно разработать матрицу наиболее предпочтительных методов обучения и форм самостоятельной работы студентов, адекватных видам лекционных и семинарских занятий.

Необходимо предусмотреть развитие форм самостоятельной работы, выводя студентов к завершению изучения учебной дисциплины на её высший уровень. По учебному плану предусмотрено проведение разного типа занятий.

Вузовская лекция — главное звено дидактического цикла обучения. Её цель — формирование у студентов ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать

следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности студентов;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью студентов.

Преподаватель, читающий лекционные курсы в вузе, должен знать существующие в педагогической науке и используемые на практике варианты лекций, их дидактические и воспитывающие возможности, а также их методическое место в структуре процесса обучения.

Лекции читаются с использованием наглядных пособий и электронных презентаций, с применением современных методов обучения, стимулирующих познавательную активность. В начале каждого практического занятия преподаватель организует повторение изученного на лекции материала по контрольным вопросам к данному практическому занятию, вспоминает со студентами понятийный аппарат. При возникновении затруднений у студентов при решении задач преподаватель подробно разбирает каждый шаг решения с обязательным вовлечением студентов группы в процесс обсуждения алгоритма решения задачи.

В условиях преобладающего теоретического обучения обязательным условием для формирования умений и навыков является усвоение теоретического материала, поэтому вопросы контроля должны проверять тот теоретический материал, содержание которого представлено в конспекте лекции и указанной литературе. Перечень рассматриваемых вопросов по теме преподаватель формирует во время чтения лекции.

По уровню сложности предусматриваются самые различные вопросы, предполагающие воспроизведение и закрепление теоретического материала, проверку его осмысления, вопросы на обобщение, анализ и синтез и др. Обязательно предусматриваются контрольные вопросы на проверку усвоения определений ключевых понятий, знание фактов, теорий, концепций, то есть всего того, что определяет основное содержание темы.

Вопросы и задания для контроля должны позволить студентам самостоятельно определить уровень усвоения учебного материала по теме, представленного в лекции, на практическом занятии.

Семинар проводится по узловым и наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы. Он может быть построен как на материале одной лекции, так и на содержании обзорной лекции, а также по определённой теме без чтения предварительной лекции. Главная и определяющая особенность любого семинара — наличие элементов дискуссии, проблемности, диалога между преподавателем и студентами и самими студентами.

При подготовке классического семинара желательно придерживаться следующего алгоритма:

- а) разработка учебно-методического материала:
  - формулировка темы, соответствующей программе;

- определение дидактических, воспитывающих и формирующих целей занятия;
- выбор методов, приемов и средств обучения для проведения семинара;
- подбор литературы для преподавателя и студентов;
- при необходимости проведение консультаций для студентов;
- б) подготовка студентов и преподавателя:
  - составление плана семинара из 3—4 вопросов;
  - предоставление студентам 4—5 дней для подготовки к семинару;
  - предоставление рекомендаций о последовательности изучения литературы (учебники, учебные пособия, законы и постановления, руководства и положения, конспекты лекций, статьи, справочники, информационные сборники и бюллетени, статистические данные и др.);
  - создание набора наглядных пособий.

Подводя итоги семинара, можно использовать следующие критерии (показатели) оценки ответов:

- полнота и конкретность ответа;
- последовательность и логика изложения;
- связь теоретических положений с практикой;
- обоснованность и доказательность излагаемых положений;
- наличие качественных и количественных показателей;
- наличие иллюстраций к ответам в виде исторических фактов, примеров и пр.;
- уровень культуры речи;
- использование наглядных пособий и т.п.

В конце семинара рекомендуется дать оценку всего семинарского занятия, обратив особое внимание на следующие аспекты:

- качество подготовки;
- степень усвоения знаний;
- активность;
- положительные стороны в работе студентов;
- ценные и конструктивные предложения;
- недостатки в работе студентов;
- задачи и пути устранения недостатков.

При проведении аттестации студентов важно всегда помнить, что систематичность, объективность, аргументированность — главные принципы, на которых основаны контроль и оценка знаний студентов. Знание критериев оценки знаний обязательно для преподавателя и студента.

### ***Методические указания студентам по дисциплине***

Профессиональная подготовка в современных вузах строится по принципу «от теории к практике», что создает базу для формирования умений и владений (навыков) на основе усвоения теоретического материала. Именно поэтому следует особое внимание уделять качеству усвоения теоретического материала.

Изучение дисциплины предусматривает лекционные и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается промежуточной аттестацией. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических

занятиях, выполнения всех учебных заданий, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

*Цель лекции* — формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации для практического занятия и указания для выполнения самостоятельной работы.

В ходе лекционных занятий обучающемуся необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание изучаемой дисциплины, научные выводы и практические рекомендации.

Материал каждой лекции должен быть проработан: должны быть выделены определения, понятия, законы, теоремы и их доказательства (при наличии). Должна быть усвоена логическая связь элементов изученного материала.

При параллельной работе с учебной литературой необходимо конспектировать прорабатываемый материал. Все непонятные моменты следует обязательно разобрать с преподавателем на занятии или в рамках СР.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

*Практическое занятие* — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, методические указания к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.



Под *самостоятельной работой студентов* понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др.; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем.

Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Подготовка к промежуточной аттестации ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

*1) для слепых и слабовидящих:*

— лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

— письменные задания выполняются на компьютере со специализированным

программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

*2) для глухих и слабослышащих:*

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

*3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*для слепых и слабовидящих:*

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

*для глухих и слабослышащих:*

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

*для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения.

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Лекционные занятия проводятся в аудиториях, предоставляемых деканатом факультета в соответствии с расписанием.

Отдельные занятия проводятся в специализированных лабораториях — лабораториях кафедры теоретической физики для демонстрации экспериментов.

На отдельных занятиях необходимы видеопроектор с экраном (или компьютерный класс), оборудование лабораторий (физические приборы).

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины указывается необходимое для обучения лицензионное программное обеспечение, оборудование, демонстрационные приборы, мультимедийные средства, учебные фильмы, тренажеры, карты, плакаты, наглядные пособия; требования к аудиториям — компьютерные классы, академические или специально оборудованные аудитории и лаборатории, наличие доски и т.д.

Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

### **Список используемого свободного ПО**

№	Наименование ПО	Назначение
1	Apache OpenOffice	пакет офисных приложений
2	LibreOffice	пакет офисных приложений

### **Список используемого коммерческого ПО**

№	Наименование ПО	Наименование документа	Номер
1	Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN...	Microsoft Open License	46605495
2	Microsoft Office 2010 Russian Academic OPEN...	Microsoft Open License	47818824
3	Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic OPEN...	Microsoft Open License	47818824
4	Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN...	Microsoft Open License	47234707

## 10. Лист регистрации изменений

[illegible]