

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кузнецова Эмилия Владимировна  
Должность: Исполнительный директор  
Дата подписания: 09.07.2025 14:21:48  
Уникальный программный ключ:  
01e176f1d70ae109e92d86b7d8f33ec82fbb87d6

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И УПРАВЛЕНИЯ»**

Рассмотрено и одобрено на заседании  
Ученого совета  
Протокол № 23/2 от 23 августа 2023 г.

**УТВЕРЖЕНО**  
Проректор по учебно - воспитательной  
работе и качеству образования  
  
Ю.И.Паничкин  
инициалы, фамилия  
«23» августа 2023 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Международные маркетинговые коммуникации»**

Направление подготовки

**38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

Направленность  
подготовки (профиль)

**Международный менеджмент**

Уровень программы

**бакалавриат**

Форма обучения

**очная**

---

Рязань 2023 г.

## **1. Общие положения**

### **1.1. Цель и задачи дисциплины**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области организации и управления маркетинговой деятельностью на глобальных рынках, применительно к профессиональной деятельности в рекламе и PR.

### **Задачи изучения дисциплины**

изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических, профессиональных и/или прикладных задач.

### **1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Международные маркетинговые коммуникации» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) Международный менеджмент и изучается в 6 семестре по очной форме обучения.

Дисциплина изучается параллельно с дисциплинами «Международный маркетинг», «Интернет-маркетинг» и другими.

Дисциплина является базой для изучения дисциплин/практик: «Мировая экономика и внешнеэкономические отношения», «Риск-менеджмент в финансовом менеджменте», «Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика)», Производственная практика (преддипломная практика), а также при подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена, при подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы и др.

### **1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

Процесс освоения дисциплины «Международные маркетинговые коммуникации» направлен на формирование следующих компетенций:

| № | Код   | Содержание компетенции                                                                                                                                |
|---|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | ОПК-1 | Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории             |
| 3 | ОПК-4 | Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций |

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

| Категория (группа) компетенций, задача ПД | Код и наименование компетенции | Код (ы) и наименование (-ия) индикатора(ов) достижения компетенций | Планируемые результаты обучения |
|-------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
|-------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------|

|                                 |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знания в профессиональной сфере | ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории; | <p>ИОПК-1.1. Знает принципы развития и закономерности функционирования организации, роли, функции и задачи менеджера в современной организации, основы экономических, организационных и управленческих теорий для успешной профессиональной деятельности;</p> <p>ИОПК-1.2. Умеет использовать знание экономической, организационной и управленческой теорий в профессиональной деятельности; умеет анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; умеет анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию.</p> <p>ИОПК-1.3. Имеет практический опыт реализации основных управленческих функций (планирование, принятие решений, организация, мотивирование и контроль).</p> | <p><b>на уровне знаний:</b><br/>Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p> <p><b>на уровне умений:</b><br/>Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p> <p><b>на уровне навыков:</b><br/>Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p> |
| Предпринимательская инициатива  | ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и  | <p>ИОПК 4.1 Знает основные методики построения бизнес-планов.</p> <p>ИОПК 4.2 Умеет выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов.</p> <p>ИОПК 4.3 Имеет</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p><b>на уровне знаний:</b><br/>Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|  |              |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--|--------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | организаций; | практический опыт<br>разработки бизнес-планов<br>проектов и направлений<br>бизнеса | <p>деятельности и организаций <b>на уровне умений:</b> Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p> <p><b>на уровне навыков:</b> Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p> |
|--|--------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**2. Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа)

Очная форма обучения

| Вид учебной работы                                     |                        | Трудоемкость |           |              |  |
|--------------------------------------------------------|------------------------|--------------|-----------|--------------|--|
|                                                        |                        | зач. ед.     | час.      | по семестрам |  |
|                                                        |                        |              |           | 6            |  |
| <b>Общая трудоемкость по учебному плану</b>            |                        | <b>2</b>     | <b>72</b> | <b>72</b>    |  |
| <b>Контактная работа обучающихся с преподавателем:</b> |                        |              |           | 36           |  |
| Лекции (Л)                                             |                        |              |           | 18           |  |
| Тестирование                                           |                        |              |           |              |  |
| Практические занятия (ПЗ)                              |                        |              |           | 18           |  |
| Семинарские занятия (СМ)                               |                        |              |           |              |  |
| <b>Самостоятельная работа (СР)</b>                     |                        |              |           | 36           |  |
| <b>Промежуточная аттестация:</b>                       | <i>Зачёт</i>           |              |           | +            |  |
|                                                        | <i>Зачёт с оценкой</i> |              |           |              |  |
|                                                        | <i>Экзамен</i>         |              |           |              |  |

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Очная форма обучения

| № семестра | № раздела | Наименование и содержание по темам (разделам) | Всего часов | из них:                                         |    |    |    |    | Форма текущего контроля | Код компетенции |
|------------|-----------|-----------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------|----|----|----|----|-------------------------|-----------------|
|            |           |                                               |             | Контактная работа обучающихся с преподавателем: |    |    |    | СР |                         |                 |
|            |           |                                               |             | Л                                               | ЛР | ПЗ | СМ |    |                         |                 |
| 6          | 1         | Тема 1 Концепция международного маркетинга.   | 17          | 4                                               |    | 4  |    | 9  | О Т                     | ОПК-1<br>ОПК-4  |
| 6          | 2         | Тема 2 Комплекс маркетинговых коммуникаций    | 17          | 4                                               |    | 4  |    | 9  | О Т                     | ОПК-1<br>ОПК-4  |
| 6          | 3         | Тема 3 Прямой маркетинг (директ               | 17          | 4                                               |    | 4  |    | 9  | О Т                     | ОПК-1           |

| №<br>семе<br>стра | №<br>разд<br>ела | Наименование и<br>содержание по темам<br>(разделам)                 | Всего<br>часов | из них:                                               |    |    |    |    | Форма<br>текуще<br>го<br>контро<br>ля | Код<br>компетен<br>ции |
|-------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------|----|----|----|----|---------------------------------------|------------------------|
|                   |                  |                                                                     |                | Контактная работа<br>обучающихся с<br>преподавателем: |    |    |    | СР |                                       |                        |
|                   |                  |                                                                     |                | Л                                                     | ЛР | ПЗ | СМ |    |                                       |                        |
|                   |                  | маркетинг) и личные<br>продажи.<br>Стимулирование сбыта и<br>продаж |                |                                                       |    |    |    |    |                                       | ОПК-4                  |
| 6                 | 4                | Тема 4 Рекламная<br>деятельность и ее<br>участники                  | 21             | 6                                                     |    | 6  |    | 9  | О Т                                   | ОПК-1<br>ОПК-4         |
| Всего:            |                  |                                                                     | 72             | 18                                                    |    | 18 |    | 36 |                                       |                        |
| Зачет             |                  |                                                                     | +              |                                                       |    |    |    |    |                                       |                        |
| Итого:            |                  |                                                                     | 72             |                                                       |    |    |    |    |                                       |                        |

О – опрос, Т-тестирование, Р-реферат

## Содержание дисциплины

| Наименование тем дисциплины                                                                | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 1 Концепция международного маркетинга.                                                | Причины и цели выбора стратегии международного маркетинга. Основные формы выхода на внешний рынок — экспорт, прямое инвестирование, создание совместного предприятия, франчайзинг, лицензирование, создание филиалов материнской компании за рубежом. Концепции глобального и мультинационального маркетинга. Ключевые характеристики глобального рынка. Анализ зарубежного рынка и внешней среды маркетинга. Характеристики рынка: емкость (динамика и прогноз); наличие спроса на данный или аналогичный товар; его характер и прогноз; доступность рынка, его восприимчивость; конкуренция. Доступность рынка. Препятствия рынка: таможенные барьеры, юридические преграды, протекционистские и дискриминационные меры (нетарифные барьеры).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Тема 2 Комплекс маркетинговых коммуникаций                                                 | Исторические вехи возникновения и развития коммуникации. Условия превращения коммуникации в массовую коммуникацию. Теории массовой коммуникации и информации, разработанные зарубежными и отечественными авторами. Специфика массовой коммуникации и информации в 21 веке. Разновидности, типы и формы коммуникаций. Сущность и средства массовой коммуникации. Формирование модели массовой коммуникации. Функции и виды массовых коммуникаций. Массовые коммуникации: производство, мультипликация, распространение, прием, распознавание и использование информации. Современные проблемы в системе массовой информации и коммуникаций. Мотивация коммуникативных процессов. Личность в системе массовых коммуникаций. Семиотика языка: синтактика, семантика, прагматика. Обратная связь в системе взаимодействия коммуникатора с массовой аудиторией. Причины возникновения барьеров в массовых коммуникациях и искажение информации. Источники повышения эффективности коммуникации. Мониторинг воздействия СМИ на массовую аудиторию. Составляющие маркетинговой коммуникационной системы. |
| Тема 3 Прямой маркетинг (директ маркетинг) и личные продажи. Стимулирование сбыта и продаж | Индустрия прямого маркетинга (Директ-маркетинг). Стратегии прямого маркетинга. Покупки «не выходя из дома». Участники прямого маркетинга: рекламодатели, агентства, потребители. Медиа-средства прямого маркетинга: прямая почтовая реклама, каталоги, телефонный маркетинг, SMS реклама, печатные медиа-средства, средства вещательной рекламы. Управление базами данных. Интегрированный прямой маркетинг. Личные продажи. Принципы и формы личной продажи. Требования к персоналу. Способы повышения эффективности личных продаж. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента. Интегрирование каналов рекламы. Интерактивная технология. Завоевание приверженности аудитории. Стимулирование сбыта или сейлз промоушн. Объем расходов на стимулирование сбыта. Основные средства стимулирования потребителя: купоны, конкурсы и лотереи, премии, испытание образцов. Стимулирование посредников: Выставки и их роль в стимулировании продаж.                                                                                                                                         |

|                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              | <p>Организация выставки. Торговые ярмарки как средство доведения информации до посредника. Разновидности стимулов торговых посредников. Использование магии чисел с целью продвижения продукции. Мерчендайзинг: цели, задачи, методы. Материалы: Productplacement, Privatelabel. Оценка деятельности торгового персонала. Спонсорство и маркетинг специальных мероприятий. Testomonal advertesing. Сувенирная реклама. Интерактивное стимулирование. Различные программы нацеленные на повышение приверженности посредников. Стратегии стимулирования. Приемы содействующие продажам. Интеграция стимулирования.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Тема 4 Рекламная деятельность и ее участники | <p>Реклама в системе коммуникаций. Цели и задачи рекламы. Факторы, влияющие на цели рекламы. Моделирование целей рекламы. Концептуальная модель жизненного цикла рекламы. Участники рекламной деятельности. Анализ рекламного рынка. Реклама как процесс. Роль и функции рекламной службы. Особенности организации рекламной службы в условиях конкуренции. Разновидности структур рекламной службы. Роль и функции рекламных агентств. Классификация агентств по видам деятельности. Специфика работы универсального рекламного агентства. Функции специализированного агентства. Дифференциация деятельности агентств, ориентированных на группы потребителей. Рекламные агентства нового типа: виртуальные агентства, медиабайеры, творческие мастерские. Персонал рекламного агентства. Организационная структура рекламного агентства. Организационные структуры рекламных служб. Сущность и цели планирования рекламной деятельности. Ситуационный анализ. Этапы планирование маркетинговой и рекламной деятельности фирмы. Выбор каналов распространения рекламы. Определение и классификация критериев выбора. Методы оценки средств массовой информации. Показатели эффективности рекламы. Характеристика каналов распространения информации. Проверка эффективности рекламного сообщения. Новая технология средств распространения рекламы. Виртуальные исследования. Внешняя и внутренняя среда рекламного процесса. Восприятие: создание останавливающего воздействия. Произведенное впечатление. Разъяснение рекламы. Притягательная сила рекламного объявления. Запоминание: закрепляющая сила. Стратегическое планирование рекламы. Документы планирования. Исполнение и оценка планов. Подходы к разработке рекламного бюджета. Факторы, влияющие на размер бюджета. Методы, формирования рекламного бюджета. Качество расходов на рекламу. Творческий план и стратегия рекламного текста. Методы сбора и обработки массовой информации. Социологические исследования как основная технология сбора массовой информации. Стратегическое рекламное исследование: вторичные исследования, поставщики первичной информации, исследовательские отделы рекламодателей и переход к планированию заказов. Стратегическая сводка. Исследования при создании сообщения: диагностические исследования и ранняя обратная связь, коммуникационные тесты. Оценочное</p> |



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | исследование. Тесты на запоминание и убедительность. Тестирование кадров. Рыночные тесты. Отслеживание торговой марки. Скрытые особенности оценочного исследования. Проблемы связанные с проведением исследований. Глобализация. Оценка эффективности рекламной деятельности. Методы оценки эффективности рекламных мероприятий. |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**4.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы** Обучение по дисциплине «Международные маркетинговые коммуникации» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинаров. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения содержания дисциплины и достижения поставленных целей необходимо познакомиться со следующими документами: выпиской из Учебного плана по данной дисциплине, основными положениями рабочей программы дисциплины, календарно-тематическим планом дисциплины. Данный материал может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует данные локальной информационно-библиотечной системы Института.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в локальной информационно-библиотечной системе Института, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

#### **4.1.Подготовка к лекции**

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

1. знакомит с новым учебным материалом;
2. разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
3. систематизирует учебный материал;
4. ориентирует в учебном процессе. С этой целью:
  1. внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
  2. ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
  3. внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
  4. запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
  5. постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
  6. узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

#### **4.2.Подготовка к практическим и лабораторным занятиям**

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому и лабораторному занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной

работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами.

Работа во время проведения практического и лабораторного занятия включает несколько моментов:

- консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практической или лабораторной

работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой практической занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену и зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

#### **4.3 Самостоятельная работа.**

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине» и «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине».

Самостоятельная работа обучающихся, как важный момент освоения содержания дисциплины и, как следствие, основной образовательной программы высшего образования, предполагает разнообразные виды и формы её проведения

##### **Методические материалы**

Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент [Электронный ресурс]. – РИБиУ, Рязань, 2023. – ЭИОС РИБиУ.

#### **5.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине**

5.1.В ходе реализации дисциплины используются, как правило, следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся: опрос, тестирование.

5.2.Преподаватель при текущем контроле успеваемости, оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

устные (письменные) ответы на вопросы преподавателя по теме занятия;

количество правильных ответов при тестировании;

аргументированности, актуальности, новизне содержания эссе и др.

Детализация баллово критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

##### **5.2.1.Опрос**

Цель – развитие способности к самостоятельному поиску, анализу, систематизации и обобщению научной литературы. Опрос проходит по изученным темам.

**Примерные вопросы для подготовки к опросам:**

1. Что такое международные маркетинговые коммуникации? 2. В чем цель маркетинговых коммуникаций на международных рынках? 3. Какие элементы входят в систему международных маркетинговых коммуникаций? 4. Что такое интегрированные

маркетинговые коммуникации? 5. Каковы основные каналы коммуникаций в международной среде? 6. Что такое реклама и каковы её особенности на международных рынках? 7. Что такое PR в международной маркетинговой коммуникации? 8. Какие задачи выполняет паблик рилейшнз? 9. Что такое личные продажи и как они осуществляются на международном уровне? 10. Что такое стимулирование сбыта в международных кампаниях? 11. Какова роль прямого маркетинга в международной практике? 12. Что такое digital-коммуникации? 13. Что входит в понятие международная рекламная стратегия? 14. Какие бывают типы международной рекламы? 15. Как выбрать медиаканалы для международной рекламы? 16. Что такое медиапланирование на международном рынке? 17. Какие факторы влияют на выбор медиаканалов в разных странах? 18. Что такое культурная адаптация рекламного сообщения? 19. Какие ошибки встречаются при локализации рекламы? 20. Что такое глобальный и локальный брендинг? 21. Как формируется имидж бренда на международной арене? 22. Что такое слоган и как он адаптируется в разных странах? 23. Что такое визуальная идентичность бренда? 24. Что такое нейминг в международной среде? 25. Что такое брендбук и зачем он нужен? 26. Каковы особенности продвижения бренда в Европе? 27. Какие особенности маркетинговых коммуникаций в Азии? 28. Как строится коммуникация с потребителями в США? 29. Что такое межкультурная коммуникация? 30. Как различия культур влияют на восприятие рекламы? 31. Что такое кросс-культурный маркетинг? 32. Какие есть модели анализа культурных различий? 33. Что такое Hofstede's dimensions? 34. Что такое high-context и low-context культуры? 35. Каковы барьеры в международной коммуникации? 36. Что такое международные PR-кампании? 37. Какие инструменты применяются в глобальном PR? 38. Что такое антикризисные коммуникации в международной среде? 39. Что такое корпоративные коммуникации за рубежом? 40. Что такое социальные сети в международной практике? 41. Как использовать Facebook, Instagram и LinkedIn в разных странах? 42. Как формировать контент для международной аудитории? 43. Что такое storytelling и как он применяется в глобальном маркетинге? 44. Что такое контент-стратегия? 45. Какие особенности email-маркетинга за рубежом? 46. Что такое персонализация коммуникаций? 47. Какие требования к локализации email-рассылок? 48. Что такое видеомаркетинг и как он используется в международной среде? 49. Как адаптировать видеоконтент к разным рынкам? 50. Что такое influencer-маркетинг в разных странах? 51. Как выбрать блогера для международной кампании? 52. Какие отличия у nano-, micro- и macro-инфлюенсеров? 53. Что такое репутационный менеджмент на международном уровне? 54. Как управлять отзывами и рейтингами за рубежом? 55. Что такое участие в международных выставках и форумах? 56. Как организовать BTL-мероприятия за границей? 57. Что такое product placement? 58. Какие правовые ограничения есть на рекламу в разных странах? 59. Что такое рекламные стандарты и саморегулирование? 60. Как влияет GDPR на маркетинговые коммуникации в ЕС? 61. Какие международные ассоциации регулируют рекламную деятельность? 62. Что такое сертификация рекламных агентств? 63. Что такое брендинг страны (nation branding)? 64. Как использовать имидж страны в продвижении товаров? 65. Какие особенности коммуникации в B2B и B2C на международном уровне? 66. Что такое B2G-коммуникации? 67. Что такое эмоциональный и рациональный подход в международной рекламе? 68. Какие креативные стратегии применяются в международных кампаниях? 69. Что такое ATL, BTL и TTL-коммуникации? 70. Как выбрать стратегию продвижения за рубежом? 71. Что такое нейромаркетинг в международной практике? 72. Что такое цветовая психология и как она влияет на коммуникации? 73. Как учитывать религиозные и этические аспекты при создании рекламы? 74. Что такое международные спонсорские проекты? 75. Каковы цели и задачи международной маркетинговой кампании? 76. Какие показатели эффективности коммуникации применяются? 77. Что такое CPM, CPC и CTR в международной среде? 78. Какова роль big data в международных коммуникациях? 79. Что такое маркетинговая автоматизация и какие системы используются? 80. Что такое омниканальные коммуникации? 81. Что такое customer journey и как его построить на глобальном уровне? 82. Что такое маркетинг отношений в международной среде? 83. Что такое лояльность клиентов и как её формировать? 84. Как создать международную программу лояльности? 85. Что такое KPI и как их установить для маркетинговых коммуникаций? 86. Какие существуют методы оценки

эффективности бренда? 87. Как построить международную коммуникационную стратегию? 88. Какие примеры успешных международных кампаний можно выделить? 89. Какие ошибки привели к провалам международных рекламных проектов? 90. Что такое бренд-амбассадор и как его выбрать? 91. Какие тренды в международных коммуникациях актуальны сегодня? 92. Как изменились коммуникации после пандемии? 93. Что такое цифровая трансформация в маркетинге? 94. Как использовать AR и VR в коммуникациях? 95. Какие технологии влияют на маркетинговые коммуникации? 96. Что такое голосовой маркетинг и где он применяется? 97. Как использовать подкасты для международной аудитории? 98. Как организовать партнерские программы за рубежом? 99. Почему важно учитывать культурные особенности в коммуникациях? 100. Какова роль маркетолога в глобальной коммуникационной стратегии?

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

### **6.1 Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии**

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде института (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- *балльно-рейтинговая технология оценивания;*

- *электронное обучение;*

- *проблемное обучение.*

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре - 100.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии с набранными за семестр баллами. Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

**Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень),** если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности

результатов обучения.

**Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень),** если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

**Результат обучения считается несформированным,** если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

## **6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

## **6.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа**

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

## **6.4 Методические указания по подготовке к контрольным мероприятиям**

Текущий контроль осуществляется в виде устных, тестовых опросов по теории, тестирования. При подготовке к опросу студенты должны освоить теоретический материал по темам, выносимым на этот опрос.

При подготовке к аудиторной контрольной работе студентам необходимо повторить материал лекционных и практических занятий по отмеченным преподавателям темам.

## **6.5 Методические указания для самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль в контроле за работой студентов и магистрантов).

Самостоятельная работа студентов в вузе является важным видом их учебной и научной

деятельности. Самостоятельная работа играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения. В связи с этим, обучение в вузе включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части - процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому самостоятельная работа должна стать эффективной и целенаправленной работой студентов.

*Формы самостоятельной работы* бакалавров разнообразны. Они включают в себя:

- изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;

В процессе изучения дисциплины *основными видами самостоятельной работы* являются:

- подготовка к аудиторным занятиям (лекциям и практическим занятиям)
- самостоятельная работа над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с учебно-тематическим планом;
- подготовка докладов;
- выполнение контрольной работы обучающимися заочной формы
- подготовка к зачетному мероприятию.

*Подготовка докладов* по выбранной тематике предполагает подбор необходимого материала и его анализ, определение его актуальности и достаточности, формирование плана доклада, таким образом, чтобы тема была полностью раскрыта. Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным. Способ изложения материала для выступления должен носить конспективный или тезисный характер. Подготовленная в PowerPoint презентация должна иллюстрировать доклад и быть удобной для восприятия.

Самостоятельное выполнение *тестовых заданий* по всем разделам дисциплины сформированы в фонде оценочных средств (ФОС).

Данные тесты могут использоваться:

- бакалаврами при подготовке к зачету с оценкой в форме самопроверки знаний;
- преподавателями для проверки знаний в качестве формы промежуточного

контроля

на практических занятиях;

Тестовые задания рассчитаны на самостоятельную работу без использования вспомогательных материалов. То есть при их выполнении не следует пользоваться учебной и другими видами литературы.

Для выполнения тестового задания, прежде всего, следует внимательно прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует приступить к прочтению предлагаемых вариантов ответа. Необходимо прочитать все варианты и в качестве ответа следует выбрать индекс (цифровое обозначение), соответствующий правильному ответу.

На выполнение теста отводится ограниченное время. Оно может варьироваться в зависимости от уровня тестируемых, сложности и объема теста. Как правило, время выполнения тестового задания определяется из расчета 45-60 секунд на один вопрос.

Содержание тестов по дисциплине ориентировано на подготовку бакалавров по основным вопросам курса. Уровень выполнения теста позволяет преподавателям судить о ходе самостоятельной работы студентов в межсессионный период и о степени их подготовки к экзамену.

## **7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики преподавания рекомендуется проводить текущий контроль на всех видах учебных занятий путем выборочного или фронтального опроса.

На практических занятиях рекомендуется применять различные формы и методы контроля: устный опрос, фронтальный контроль как теоретических знаний путем проведения собеседований, так и умений, и навыков путем наблюдения за выполнением заданий самостоятельной работы.

Текущий и промежуточный контроль по изучаемой дисциплине осуществляется преподавателями согласно кафедральной системе рейтинговой оценки качества освоения дисциплины.

Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя, т.к. при непосредственном контакте создаются условия для его неформального общения со студентом. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: нравственный, дисциплинирующий (систематизация материала при ответе), дидактический (лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованное собеседование, может стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

**.Контроль знаний осуществляется по следующим направлениям:**

*Входной контроль знаний студента*

Цель контроля: выявить наиболее слабо подготовленных студентов.

Рекомендации: студентам выдать темы, которые необходимо им проработать для дальнейшего успешного изучения дисциплины.

*Текущий контроль знаний студента*

Текущий контроль знаний студента осуществляется по вопросам, составленным преподавателем по прошедшим темам.

Цель контроля: проверка усвоения рассмотренных тем студентом. При текущем контроле успеваемости акцент делается на установлении подробной, реальной картины студенческих достижений и успешности усвоения ими учебной программы на данный момент времени.

**Шкала оценивания тестов текущего контроля**

(за правильный ответ дается 1 балл)

«незачет» - 60% и менее «зачет» - 61-100%

*Промежуточная аттестация* осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины. Подобный контроль помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях - даже формирование определенных профессиональных компетенций.

**Методические рекомендации по проведению зачета/экзамена**

### **1. Цель проведения**

Основной целью проведения зачета/экзамена является определение степени достижения целей по учебной дисциплине или ее разделам. Осуществляется это проверкой и оценкой уровня теоретических знаний, полученных студентами, умения применять их к решению практических задач, степени овладения студентами компетенций в объеме требований рабочей программы по дисциплине, а также их умение самостоятельно работать с учебной литературой.

### **2. Форма проведения**

Формой промежуточной аттестации по данной дисциплине в соответствии с учебным графиком является зачет/экзамен.

### **3. Метод проведения**

Зачет/экзамен проводится по билетам либо без билетов по перечню вопросов.

Зачет/экзамен допускается проводить с помощью технических средств контроля (компьютерное тестирование), а также методом индивидуального собеседования, в ходе которого преподаватель ведет со студентом обсуждение одной проблемы или вопроса изученной дисциплины (части дисциплины). При собеседовании допускается ведение дискуссии, аргументированное отстаивание своего решения (мнения). При необходимости могут рассматриваться дополнительные вопросы и проблемы, решаться задачи и примеры.

### **4. Критерии допуска студентов к зачету/экзамену**

В соответствии с требованиями руководящих документов и согласно Положению о текущем

контроле знаний и промежуточной аттестации студентов института, к зачету/экзамену допускаются студенты, выполнившие все требования учебной программы.

## **5. Организационные мероприятия**

### **5.1. Назначение преподавателя, принимающего зачет/экзамен**

Зачет/экзамен принимается лицами, которые читали лекции по данной дисциплине. Решением заведующего кафедрой определяются помощники основному экзаменатору из числа преподавателей, ведущих в данной группе практические занятия, а если лекции по разделам учебной дисциплины читались несколькими преподавателями, то определяется состав комиссии для приема зачета/экзамена.

**5.2. Конкретизация условий, при которых студенты освобождаются от сдачи зачета/экзамена (основа - результаты рейтинговой оценки текущего контроля).**

По представлению преподавателя, ведущего занятия в учебной группе, заведующий кафедрой может освободить от сдачи зачета/экзамена студентов, показавших отличные и хорошие знания по результатам рейтинговой оценки текущего контроля.

**Количество одновременно находящихся экзаменуемых в аудитории.** В аудитории, где принимается зачет/экзамен, может одновременно находиться студентов из расчета не более пяти на одного преподавателя. В случае проведения зачета/экзамена с помощью технических средств контроля в аудитории допускается количество студентов, равное количеству компьютеров в аудитории.

**Время, отведенное на подготовку** ответа по билету, не должно превышать: для зачета/экзамена в письменной форме - 20 минут, для компьютерного тестирования - по 2 мин на вопрос. По истечению данного времени после получения билета (вопроса) студент должен быть готов к ответу.

**Организация практической части зачета/экзамена.** Практическая часть организуется так, чтобы обеспечивалась возможность проверить умение студентов применять теоретические знания при решении практических заданий. Она проводится путем постановки экзаменуемым отдельных задач, упражнений, заданий, требующих практических действий по решению заданий. Каждый студент выполняет задание самостоятельно путем производства расчетов, решения задач, работы с документами и др. При выполнении заданий студент отвечает на дополнительные вопросы, которые может ставить экзаменатор.

**Действия преподавателя на зачете/экзамене.**

Студенту на экзамене разрешается брать один билет.

Во время испытания промежуточной аттестации для подготовки к ответу студенты не могут пользоваться рабочими программами учебных дисциплин, а также необходимым нормативными документами.

Использование материалов, не предусмотренных указанным перечнем, а также попытка общения с другими студентами или иными лицами, в том числе с применением электронных средств связи, несанкционированные преподавателем перемещение по аудитории и т.п. не разрешается и являются основанием для удаления студента из аудитории.

Задача преподавателя на зачете/экзамене заключается в том, чтобы внимательно заслушать студента, предоставить ему возможность полностью изложить ответ. Заслушав ответ и анализируя методы решений практических заданий, преподаватель постоянно оценивает, насколько полно, системно и осмысленно осуществляется ответ, решается практическое задание.

Считается бестактностью прерывать ответ студента, преждевременно давать оценку его ответам и действиям.

В тех случаях, когда ответы на вопросы или практические действия были недостаточно полными или допущены ошибки, преподаватель после ответов студентом на все вопросы задает дополнительные вопросы с целью уточнения уровня освоения дисциплины. Содержание индивидуальных вопросов не должно выходить за рамки рабочей программы. Если студент затрудняется сразу ответить на дополнительный вопрос, он должен спросить разрешения предоставить ему время на подготовку и после подготовки отвечает на него.

### **7.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах**



**их формирования, описание шкал оценивания**

### **7.3.1. Пятибалльная шкала для текущего контроля, для промежуточного контроля в форме экзамена, зачета с оценкой.**

#### **Критерии оценивания устного ответа на контрольные вопросы.**

«5» (*отлично*) - дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки, показана способность быстро реагировать на уточняющие вопросы;

«4» (*хорошо*) - дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов;

«3» (*удовлетворительно*) - дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции;

«2» (*неудовлетворительно*) - студент демонстрирует незнание теоретических основ предмета, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить, даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятии.

#### **Критерии оценки выполнения практических заданий:**

«5» (*отлично*). Выполнены все задания практических работ, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы.

«4» (*хорошо*). Выполнены все задания практических работ, обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«3» (*удовлетворительно*). Выполнены все задания практических работ с замечаниями, обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (*неудовлетворительно*).

#### **Критерии оценки выполнения тестовых заданий на промежуточной аттестации.**

5» (*отлично*). Даны верные ответы не менее, чем на 86% тестовых заданий историческом, этическом и философском контекстах.

«4» (*хорошо*). Даны верные ответы не менее, чем на 71% тестовых заданий.

«3» (*удовлетворительно*). Даны верные ответы не менее, чем на 51% тестовых заданий.

«2» (*неудовлетворительно*). Даны верные ответы менее, чем на 51% тестовых заданий.

#### **Критерии оценки подготовки докладов, сообщений:**

«5» (*отлично*). Обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминологией, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

«4» (*хорошо*). Обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминологией, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

«3» (*удовлетворительно*). Обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное

умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает недостаточно свободное владение монологической речью, терминологией, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«2» (неудовлетворительно»). Обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательностью изложения, делает ошибки, которые не может исправить, даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятии.

Успешность изучения дисциплины предполагает две составляющие. Первая составляющая - усредненная оценка, полученная студентом по итогам текущего контроля. Вторая составляющая - оценка знаний студента по итогам промежуточного контроля. Усредненный итог двух частей балльной оценки освоения дисциплины выставляется в ведомость и зачетную книжку обучающегося.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы представлены в ФОС по данной дисциплине.

#### **Шкала оценки выполнения тестовых заданий на промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой/экзамена:**

5» (отлично). Даны верные ответы не менее, чем на 86% тестовых заданий

«4» (хорошо). Даны верные ответы не менее, чем на 71% тестовых заданий.

«3» (удовлетворительно). Даны верные ответы не менее, чем на 51% тестовых заданий.

«2» (неудовлетворительно). Даны верные ответы менее, чем на 51% тестовых заданий.

#### **7.3.2. Двухбалльная шкала оценивания (зачтено/не зачтено) для текущего контроля и промежуточного контроля в форме зачета.**

##### **Шкала и Критерии оценивания выполнения заданий в тестовой форме промежуточной аттестации в форме зачета (промежуточный контроль формирования компетенций):**

| Критерии                     | Оценка                                                                                                                 |                                                                           |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
|                              | «зачтено»                                                                                                              | «не зачтено»                                                              |
| Объем                        | Твердые знания в объеме основных вопросов, в основном правильные решения практических заданий, освоены все компетенции | Нет твердых знаний в объеме основных вопросов, освоены не все компетенции |
| Системность                  | Ответы на вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на контроль.                                              | Нет ответов на вопросы учебного материала, вынесенного на контроль.       |
| Осмысленность                | Допускает незначительные ошибки при ответах и практических действиях.                                                  | Допускает значительные ошибки при ответах и практических действиях.       |
| Уровень освоения компетенций | Осваиваемые компетенции сформированы                                                                                   | Осваиваемые компетенции не сформированы                                   |

По итогам выполнения тестовых заданий оценка производится по двухбалльной шкале. При правильных ответах на:

61-100% заданий - оценка «зачтено»;

менее 61% заданий- оценка «не зачтено».

**Критерии оценивания устного ответа на контрольные вопросы опроса (текущий контроль формирования компетенции).**

Устный опрос проводится в течение 20 мин. Опрашиваются все студенты группы. Ответ на вопрос даётся сразу, без подготовки.

Оценивание.

По двухбалльной системе:

«зачтено» - дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки.

«не зачтено» - обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить, даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятии.

По пятибалльной системе:

За опрос выставляется оценка до 10 баллов. Набранные баллы являются рейтинг-баллами.

| Рейтинг- баллы | Аттестационная оценка студента по дисциплине учебного плана в национальной системе оценивания |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8-10           | отлично                                                                                       |
| 6-7            | хорошо                                                                                        |
| 4-5            | удовлетворительно                                                                             |
| 0-3            | неудовлетворительно                                                                           |

При оценке учитывается:

1. Целостность, правильность и полнота ответов
2. Ответ без значительной задержки
3. Культура устной речи

Процедура оценки устного ответа:

1. Если ответ удовлетворяет 3-м условиям – 8-10 баллов.
2. Если ответ удовлетворяет 2-м условиям – 6-7 баллов.
3. Если ответ удовлетворяет 1-му условию – 4-5 баллов.
4. Если ответ не удовлетворяет ни одному из условий – 0-3 баллов.

**Критерии оценивания докладов и презентаций (текущий контроль формирования компетенции):**

«зачтено» - работа выполнена в соответствии с требованиями, выбранная тема раскрыта, материал актуален и достаточен, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы.

«не зачтено»- обучающийся не подготовил работу или подготовил работу, не отвечающую требованиям, ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на конкретные вопросы.

**Критерии оценивания защиты лабораторных работ (текущий контроль формирования компетенции):**

«зачтено» - обучающийся решил поставленные задачи, связанные с обеспечением безопасности дорожного движения на транспорте.

«не зачтено» - обучающийся не решил поставленные задачи, связанные с обеспечением безопасности дорожного движения на транспорте.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы представлены в ФОС по данной дисциплине.

**Фонд оценочных средств в форме тестирования для проведения промежуточной**

**аттестации обучающихся по дисциплине представлен в «Фонде оценочных средств по дисциплине» (ФОС). Тестовый материал ФОС может быть взят преподавателем за основу при составлении тестов для текущего контроля.**

#### **8. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ОВЗ**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при реализации настоящей дисциплины, необходимо также учитывать образовательные потребности обучающихся из числа инвалидов и (или) лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее - инвалидов и лиц с ОВЗ), в том числе в соответствии с методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса, утвержденными МОН приказом от 08.04.2014 г. № АК-44/05вн.

Образовательный процесс по настоящей дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ проводится с учётом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья вышеназванной группы обучающихся.

Выбор методов и средств обучения определяется преподавателем с учётом: 1) содержания и специфических особенностей дисциплины (в том числе необходимости овладения определенными навыками и умениями); 2) доступности методического и материально-технического обеспечения для инвалидов и лиц с ОВЗ в части особенностей восприятия учебной информации и выполнения практических заданий и работ.

Подбор и разработка учебных материалов преподавателем для процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, в том числе учебных заданий, оценочных материалов по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ, может быть иным (существенно отличаться от учебных материалов для студентов академической группы не имеющих вышеназванный статус). Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студента-инвалида или лица с ОВЗ может и должна устанавливаться преподавателем с учётом индивидуальных психофизических особенностей вышеназванного лица (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При этом, учебные материалы, разрабатываемые (предлагаемые) преподавателем должны однозначно

обеспечивать оценку результатов обучения и уровень форсированности всех компетенций, заявленных в дисциплине образовательной программы.

Преподаватель, при наличии в группе инвалида и(или) лица с ОВЗ обязан подобрать (разработать, предложить) учебные задания и оценочные материалы вышеназванному студенту с учётом его нозологических особенностей/характера нарушений, в том числе учесть рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в его индивидуальной программе реабилитации, относительно рекомендованных условий и видов труда в части возможности выполнения им учебных заданий.

Проведение всех форм текущей и промежуточной аттестации инвалидам и лиц с ОВЗ возможно (допускается) дистанционно при соблюдении условий идентификации обучающегося и доказательности академической честности.

При необходимости инвалиду или лицу с ОВЗ может предоставляться дополнительное время для подготовки ответа на занятии, на зачёте.

Инвалиды и(или) лица с ОВЗ, как и все остальные студенты, могут обучаться по индивидуальному учебному плану, в установленные сроки с учётом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (при оформлении индивидуального плана установленным в РИБиУ порядком), который может определять отдельный график прохождения обучения по данной дисциплине.