

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
д.филос.н., доц. Атанов А.А.



29.05.2025г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.38. Организация и технология продаж

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль): Логистика и маркетинг в закупках и продажах
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очно-заочная

Курс	4
Семестр	41
Лекции (час)	28
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	116
Курсовая работа (час)	
Всего часов	144
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	41

Иркутск 2025

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.06
Торговое дело.

Автор О.А. Суранова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
менеджмента и сервиса

Заведующий кафедрой Е.А. Шагина

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Управление продажами» является усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков, обеспечивающих квалифицированную профессиональную деятельность в области управления продаж в сфере розничной и оптовой торговли.

Задачи изучения дисциплины включают:

- овладение теоретическими знаниями в области управления продажами;
- изучение особенностей управления розничными и оптовыми продажами;
- участие в разработке проекта организации розничной/оптовой торговой точки.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-4	Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	З. Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У. Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н. Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Экономическая теория"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	28
Практические (сем, лаб.) занятия	0

Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	116
Всего часов	144

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Продажи в системе рыночно-ориентированного управления торговым бизнесом	41	6	0	25		Задание по теме 1
2	Организация и планирование продаж в оптовой и розничной торговле	41	6	0	25		Задание по теме 2. Задание по теме 2. Задание по теме 2
3	Мотивация и контроль продаж	41	6	0	33		Задание по теме 3. Задание по теме 3
4	Технологии активных продаж	41	10	0	33		Задание по теме 4. Задание по теме 4
	ИТОГО		28		116		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Продажи в системе рыночно-ориентированного управления торговым бизнесом	1. Виды продаж, значение продаж для организации в условиях турбулентности рыночной среды, виды продаж, продажи и спрос, модель, ценность, подходы к пониманию организации системы продаж в торговом бизнесе 2. Продажи с позиции концепций маркетинга. Место продаж в системе маркетинга организации. 3. Продажи и качество торгового обслуживания. Сущность понятий «торговое обслуживание», «качество торгового обслуживания». 4. Значение системного подхода к управлению продажами: 3 подхода к управлению продажами.
2	Организация и планирование продаж в розничной и оптовой торговле	1. Проблемы формирования организационной структуры отдела продаж, организационные структуры отдела продаж. 2. Организация продаж в розничной торговле. 3. Организация продаж в оптовой торговле. Управление каналами распределения. 4. Подходы к разработке плана продаж.
3	Мотивация и контроль продаж	1. Виды мотивации в оптовой и розничной торговле. 2. Способы контроля продаж в оптовой и розничной торговле, воронка продаж. 3. Контроль качества торгового обслуживания и повышение

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		уровня организации продаж.
4	Технологии активных продаж	1.Американский и европейский подходы к технологии продаж. 2. Типология потребителей. 3.Ролевые группы. 4. Сущность мобильного общения и скорость обслуживания. 5. Вступление в контакт, выслушивание и выявление потребности, презентация. Структура ценностей. СПИН-технология. 6. Работа с возражениями, завершение сделки. 7. Невербальные сигналы общения.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Круглый стол: «Место продаж в системе маркетинга организации». 1._ Влияние на успешность продаж производственной, товарной, сбытовой концепций маркетинга. 2._ Сущность постфункционального маркетинга и его роль в обеспечении требуемого уровня продаж организации. Выступление с докладами, обсуждение.
2	Творческое задание 1. Выявление факторов, влияющих на объем продаж торговой(промышленной) организации (лекции). Работа в микрогруппах.
2	Решение кейса по вопросам организации и планирования продаж. «Филадельфия Кемикл». Работа в микрогруппах.
2	Решение задач на анализ и оценку уровня качества торгового обслуживания. Применение различных методов для анализа и оценки уровня качества торгового обслуживания, работа в микрогруппах.
3	Решение задач по мотивации сотрудников отделов продаж. Разработка системы мотивации сотрудников отдела продаж с учетом стратегических и операционных целей организации. Работа в микрогруппах.
3	Решение задач по контролю и регулированию продаж на основе «воронки продаж». Построение, анализ воронки продаж, управление конверсией. Работа в микрогруппах.
4	Творческое задание 2. Подготовка карты ценностей по конкретной товарной категории для проведения продажи по технологии активных продаж, выделение 3-х сегментов. Работа в микрогруппах.
4	Творческое задание 3. Разработка контента для СПИН вопросов и презентации. Работа в микрогруппах.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
1	1. Продажи в системе рыночно- ориентированного управления торговым бизнесом	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг)	Задание по теме 1	Участие в обсуждении двух вопросов, аргументированн ые ответы, 10 баллов. Участие в обсуждении всех вопросов слабо аргументированн ые ответы, 7 баллов. Участие в обсуждении одного вопроса аргументированн ые ответы 5 баллов. Участие в обсуждении одного вопроса слабо аргументированн ые ответы 3 балла. Присутствие на занятии без участия в обсуждении поставленных вопросов – 2 балла. (10)
2	2. Организация и планирование продаж в оптовой и розничной торговле	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования	Задание по теме 2	Высокий уровень полноты выявления факторов (все блоки модели применялись для выявления факторов) 10 баллов. Средний уровень полноты выявления факторов (половина блоков модели применялась для выявления факторов) – 5 баллов Низкий уровень

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)		полноты выявления факторов (менее половины блоков модели применялось для выявления факторов) - 3 балла (10)
3		ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Задание по теме 2	Полностью аргументированная, подтвержденная расчетами позиция, все причины провала выявлены – 20 баллов Средняя степень аргументации, не все подтверждено расчетами, не все причины провала выявлены – 10 баллов Низкая степень аргументации, без расчетов, не все причины провала выявлены – 5 баллов (20)
4		ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и	Задание по теме 2	Полностью выполненные задания по двум задачам – 10 баллов Полностью выполненные задания по одной задаче или полностью выполненное одно задание по каждой задаче – 5 баллов. Полностью выполненное задание по одной задаче – 3 балла.

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)		(10)
5	3. Мотивация и контроль продаж	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Задание по теме 3	Выполнение 3-х заданий – 10 баллов Выполнение 2-х заданий – 7 баллов Выполнение одного задания 3 – балла (10)
6		ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования	Задание по теме 3	Выполнение 3-х заданий – 10 баллов Выполнение 2-х заданий – 7 баллов Выполнение одного задания 3 – балла (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)		
7	4. Технологии активных продаж	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Задание по теме 4	Аргументирован ное выполнение 2-х заданий – 10 баллов Аргументирован ное выполнение одного задания -5 баллов Выполнение заданий при недостаточной аргументации – 3 балла (10)
8		ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих	Задание по теме 4	Если контент создан для всех СПИН-вопросов правильно -20 баллов Если контент создан для всех СПИН-вопросов с недочетами или для трех типов вопросов правильно -15 баллов Если контент создан для двух типов СПИН- вопросов правильно или трех типов СПИН-вопросов с недочетами – 10 баллов

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			решений в процессе продажи товаров (услуг)		Если контент создан для двух типов СПИН- вопросов с недочетами – 5 баллов Остальные варианты – 3 балла. (20)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 41.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ 2 балла.

Компетенция: ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Знание: Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)

1. В каком случае коэффициент конверсии в розничной торговле может быть больше 1?
2. В чем суть LFL-анализа продаж?
3. В чем суть быстрого обслуживания?
4. В чем суть извлекающих вопросов в SPIN- технологии продаж?
5. В чем суть метода NPS?
6. В чем суть метода SERVQUAL?
7. В чем суть мобильного общения?
8. В чем суть навигационных вопросов в SPIN- технологии продаж?
9. В чем суть операционного подхода к управлению продажами?
10. В чем суть стратегического подхода к управлению продажами?
11. В чем суть тактического подхода к управлению продажами?
12. Влияние операционного подхода к управлению продажами на необходимый уровень качества торгового обслуживания.
13. Влияние стратегического подхода к управлению продажами на необходимый уровень качества торгового обслуживания.
14. Влияние тактического подхода к управлению продажами на необходимый уровень качества торгового обслуживания.
15. Зачем нужно создавать и поддерживать конкуренцию в отделе продаж?

16. Какие критерии мотивации продавцов применяются для обеспечения высокого уровня качества торгового обслуживания и достижения запланированных объемов продаж?
17. Какие подходы к планированию продаж сегодня применяются?
18. Какие преимущества дает продавцу знание типов покупателей?
19. Какие преимущества дают менеджерам по продажам современные CRM-системы с позиции достижения целей управления продажами?
20. Каким образом выбор канала распределения может влиять на уровень качества торгового обслуживания?
21. Каким образом современные CRM-системы могут влиять на уровень качества торгового обслуживания?
22. Каким образом цели управления продажами связаны с обеспечением необходимого качества торгового обслуживания?
23. Какова структура коммерческой беседы с позиции американского подхода?
24. Какова структура коммерческой беседы с позиции европейского подхода?
25. Какова целесообразная система мотивации для помощника менеджера по продажам, работающего на испытательном сроке?
26. Какова целесообразная система мотивации для помощника менеджера по продажам, работающего с наиболее значимыми клиентами?
27. Каковы основные принципы, позволяющие обеспечить конкуренцию между менеджерами в отделе продаж?
28. Каковы преимущества облачной CRM-системы с позиции целей управления продажами?
29. Каковы цели управления продажами?
30. Какое количество этапов может быть выделено в воронке продаж?
31. Какое средство наиболее эффективно для увеличения объема продаж и прибыли: значительное увеличение контактов на начальном этапе воронки продаж (до 60%) или незначительное увеличение конверсии на каждом этапе воронки продаж (до 3%)?
32. На каком этапе активной продажи применяется SPIN –технология?
33. Что должен знать и уметь успешный продавец?
34. Что такое «Воронка продаж»?
35. Что такое «ценность», искомая покупателем с позиции обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания?
36. Что такое SPIN -технология продажи?
37. Что такое активные продажи?
38. Что такое апселлинг (Up-sell) ?
39. Что такое допродажа (послепродажа)?
40. Что такое конверсия?
41. Что такое кросс-продажа?
42. Что такое модель работы менеджера по продажам?
43. Что такое пассивные продажи?
44. Что такое продажа?
45. Что такое торговое обслуживание?

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: За правильный расчет заработной платы продавца до 15 баллов, за выявление экономических и финансовых целей торговой организации до 15 баллов.

Компетенция: ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Умение: Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг)

Задача № 1. Произвести анализ мотивации продавца и выявление экономических и финансовых целей торговой организации

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: За каждое из 3-х правильно выполненных заданий по 10 баллов.

Компетенция: ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Навык: Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)

Задание № 1. Построить воронку продаж и произвести ее анализ

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «БГУ»)	Направление - 38.03.06 Торговое дело Профиль - Логистика и маркетинг в закупках и продажах Кафедра менеджмента и сервиса Дисциплина - Организация и технология продаж
---	--

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Произвести анализ мотивации продавца и выявление экономических и финансовых целей торговой организации (30 баллов).
3. Построить воронку продаж и произвести ее анализ (30 баллов).

Составитель _____ О.А. Суранова

Заведующий кафедрой _____ Е.А. Шагина

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. [Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 183 с. — ISBN 978-5-394-03566-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90239.html> \(дата обращения: 01.06.2021\). — Режим доступа: для авторизир. пользователей](#)
2. [Олейник Н.М. Управление продажами. Учебное пособие /Н.М.Олейник, А.А. Горшков. – Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. — 106 с. URL:<https://elibrary.ru/item.asp?id=46548672>](#)
3. [Панова А.К. Планирование и эффективная организация продаж : практическое пособие / Панова А.К.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 190 с. — ISBN 978-5-](#)

394-04209-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102276.html> (дата обращения: 20.12.2023).

б) дополнительная литература:

1. [Грибанова, И. В. Организация и технология торговли : учебное пособие / И. В. Грибанова, Н. В. Смирнова. — 3-е изд. — Минск : Республиканский институт профессионального образования \(РИПО\), 2019. — 203 с. — ISBN 978-985-503-549-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93405.html>](#)
2. [Новикова Н.Г. Менеджмент в торговом бизнесе/Н.Г. Новикова. - Иркутск: Изд-во БГУ, -2023. -140с. <https://elibrary.ru/item.asp?id=54898320>](#)
3. [Новикова Н.Г. Управление конкурентоспособностью коммерческой организации: маркетинговый подход: учебное пособие /Н.Г. Новикова. — Иркутск. — Изд-во Байкальский государственный университет экономики и права, 2012. – 177 с. - ISBN: 978-5-7253-2497-6. - \[Электронный ресурс\]. - <http://elibrary.ru/item.asp?id=21198612> \(06.07.2016\)](#)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области экономики и управления.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий);
- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,
- MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Мультимедийный класс,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий