

## Календарный рейтинг-план изучения дисциплины

ОЦЕНКИ			КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН изучения дисциплины <b>«International marketing»</b> (профессиональная подготовка на английском языке) для студентов групп(ы) 2Э2Б института природных ресурсов	Лекции, ч	16
«Отлично»	A+	96–100 баллов		6 семестр 2014/2015 учебного года  Лектор: Пожарницкая О.В.	Практ. занятия, ч
	A	90–95 баллов	Лаб. Занятия, ч		16
«Хорошо»	B+	80–89 баллов	<b>Всего ауд. работа, ч</b>		32
	B	70–79 баллов	СРС, ч		32
«Удовл.»	C+	65–69 баллов	<b>ИТОГО, часов/кредитов</b>		<b>64/3</b>
	C	55–64 баллов	Итог. контроль		Зачет
Зачтено	D	больше или равно 55 баллов			
Неудовлетворительно / незачет	F	менее 55 баллов			

### Результаты обучения по дисциплине:

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
P3	Применять профессиональные знания в области информационно-аналитической деятельности
P6	Систематизировать и получать необходимые данные для анализа деятельности отрасли, оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование предприятий отрасли, анализировать поведение потребителей на разных типах рынков и конкурентную среду отрасли. Разрабатывать маркетинговую стратегию организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
P10	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем разрабатывать документацию, презентовать результаты профессиональной деятельности

Оценивающие мероприятия	Кол-во	Баллы
Текущий контроль	<b>3</b>	<b>60</b>
Итоговый контроль	<b>1</b>	<b>40</b>
<b>ИТОГО</b>	<b>4</b>	<b>100</b>



Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Вид учебной деятельности по разделам	Кол-во часов		Оценивающие мероприятия						Кол-во баллов	Технология проведения занятия (ДОТ)*	Информационное обеспечение				
				Ауд.	Сам.	Реферат	Выступление	тренинг	Контр. раб.							Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
		РД6 РД10	Конференция															
			Контролирующие мероприятия (ЦОКО)						10									
			СРС															
			Консультационное занятие															
			<b>Всего по контрольной точке (аттестации) 2</b>			20			40									
			Зачёт/Диф. зачёт/Экзамен															
			<b>Общий объем работы по дисциплине</b>	32	32	20			40									

\* заполняется только в тех случаях, когда обучение осуществляется с использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ)

#### Информационное обеспечение:

№ (код)	Основная учебная литература (ОСН)
ОСН 1	<u>С.А. Прозоровский. English for Marketing Managers.</u> – Изд-во.: Антология, 2011.- 288 с.
№ (код)	Дополнительная учебная литература (ДОП)
ДОП 1	<u>В.В. Голованев. Маркетинг. Тексты и упражнения на английском языке.</u> – Изд-во.: Дрофа, 2008. – 160 с.
ДОП 2	<u>Dictionary of Marketing.</u> – Bloomsbury Publishing PLC, 2011. – 322 с.
ДОП3	<u>Paul R. Timm. 50 powerful ideas you can use to keep your customers.</u> 1995. Pages:120

№ (код)	Название интернет-ресурса (ИР)	Адрес ресурса
ИР 1	Официальный сайт ОАО «Газпром»	<a href="http://www.gazprom.ru/">http://www.gazprom.ru/</a>
ИР 2	Официальный сайт ОАО «Роснефть»	<a href="http://www.rosneft.ru/">http://www.rosneft.ru/</a>
ИР3	Федеральная служба статистики	<a href="http://gks.ru">gks.ru</a>
№ (код)	Видеоресурсы (ВР)	Адрес ресурса
	Официальный сайт ОАО Транснефть	<a href="http://www.transneft.ru/">http://www.transneft.ru/</a>