

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

по смешанной модели

1. Дисциплина: Профессиональная подготовка на АЯ (Marketing)

2. Объем учебной работы по дисциплине:

Традиционный учебный процесс

Ауд.			СРС	Всего
лк	пр	лб	33	65
0	32	-		

Учебный процесс по смешанной модели

Ауд.			ЭС*	СРС	Всего
лк	пр	лб	8	33	65
0	24	-			

3. Распределение аудиторной учебной деятельности, запланированной по дисциплине,

по неделям:

Традиционный учебный процесс

№ не-дели	Вид УД
1	ПР 1
2	ПР 2
3	ПР 3
4	ПР 4
5	ПР 5
6	ПР 6
7	ПР 7
8	ПР 8
9	<i>Конф. - неделя</i>
10	ПР 9
11	ПР 10
12	ПР 11
13	ПР 12
14	ПР 13
15	ПР 14
16	ПР 15
17	ПР 16
18	<i>Допуск к зачету</i>

Учебный процесс по смешанной модели

№ не-дели	Вид УД
1	ПР 1
2	
3	ПР 3
4	ПР 4
5	ПР 5
6	
7	ПР 7
8	ПР 8
9	<i>Конф. - неделя</i>
10	
11	ПР 10
12	ПР 11
13	ПР 12
14	ПР 13
15	
16	ПР 15
17	ПР 16
18	<i>Допуск к экзамену</i>

4. Результаты обучения по дисциплине Профессиональная подготовка на АЯ (Marketing)

Результаты обучения по дисциплине	Результаты обучения по модулю (разделу)	Модуль (раздел)
РД 1 Находить, извлекать, анализировать, интерпретировать и излагать устно или письменно профессионально значимую информацию на английском языке с целью осуществления деловой коммуникации;	РМ 1.1 Находить информацию о внешней среде предприятия на английском языке	Module 1. The analysis of the Macro Environment Unit 1, 2, 3
	РМ 2.1 Находить и извлекать информацию о конкурентах предприятия на английском языке	Module 2. Competitive analysis Unit 4, 5, 6
	РМ 3.1 Находить и извлекать информацию о потребителях предприятия на английском языке	Module 3. Segmentation, targeting, positioning Unit 7, 8, 9
РД 2 Знать методы проведения маркетинговых исследований и рабочий инструментарий, теоретическую и практическую базу их использования в маркетинговом процессе	РМ 1.2 Знать методы проведения анализа внешней среды предприятия и способы их использования	Module 1. The analysis of the Macro Environment Unit 2, 3
	РМ 2.2 Знать методы проведения конкурентного анализа и способы их использования	Module 2. Competitive analysis Unit 4, 5, 6
	РМ 3.2 Знать методы проведения анализа потребителей и способы их использования	Module 3. Segmentation, targeting, positioning Unit 7, 8, 9
РД 3 Работать в команде при выполнении заданий на иностранном языке, осознавать ответственность за результат индивидуальной и коллективной работы и демонстрировать готовность к сотрудничеству с членами группы	РМ 1.3 Работать в команде при выполнении заданий об анализе внешней среды предприятия на иностранном языке	Module 1. The analysis of the Macro Environment Unit 1, 2, 3
	РМ 2.3 Работать в команде при выполнении заданий об анализе конкурентной среды предприятия на иностранном языке	Module 2. Competitive analysis Unit 4, 5, 6
	РМ 3.3 Работать в команде при выполнении заданий об анализе потребителей предприятия на иностранном языке	Module 3. Segmentation, targeting, positioning Unit 7, 8, 9
РД 4 Научно обоснованно и логично выстроить алгоритм использования маркетингового инструментария	РМ 2.4 Научно обоснованно и логично выстроить алгоритм использования инструментария для анализа конкурентов	Module 2. Competitive analysis Unit 4, 5, 6
	РД 3.4 Научно обоснованно и логично выстроить алгоритм использования инструментария для анализа потребителей	Module 3. Segmentation, targeting, positioning Unit 7, 8
РД 5 Выбирать адекватные речевые формулы, соответствующие определенному стилю общения в рамках межкультурной коммуникации в профессиональной сфере общения на английском языке	РМ 1.4 Выбирать адекватные речевые формулы, соответствующие деловому стилю общения в рамках межкультурной коммуникации на английском языке	Module 1. The analysis of the Macro Environment Unit 1, 2, 3
	РМ 2.5 Выбирать адекватные речевые формулы, соответствующие деловому стилю общения в рамках межкультурной коммуникации на английском языке	Module 2. Competitive analysis Unit 4, 5, 6
	РМ 3.5 Выбирать адекватные речевые формулы, соответствующие деловому стилю общения в рамках межкультурной коммуникации на английском языке	Module 3. Segmentation, targeting, positioning Unit 7, 8, 9
	РМ 4.1 Выбирать адекватные речевые формулы, соответствующие деловому стилю общения в рамках межкультурной коммуникации на английском языке	Module 3. Module 4. Marketers for well-being Unit 10

6. Виды учебной работы, замещающие аудиторную деятельность взаимодействием в ЭС

№	Форма работы (ЛК/ПР/ЛБ)	Соответствующая учебная деятельность в электронной среде	Часы*
1	Практика 2. Unit 1. Analysis of factors of macro-environment for Russia	Analysis of the video. Writing assignments “Trends and challenges in the Russian market”	1
		Complete answers of colleagues. Assess task of colleagues. Tutoring with assignments	1
2	Практика 6. Unit 4. Competitiveness	Research task “The competitive analysis”. Counting the competitiveness index of your product	1
		Doing the competitiveness polygon and SNW-analysis. Making the conclusion about your research.	1
3	Практика10 Unit 6 Analysis Of The Competitors' Prices	Research task “The Competitive Prices Analysis in any Tomsk market”	1
		Writing analytical note based the results of the study. Tutoring with assignments	1
4	Практика 15 Unit 10 Well-being	Writing assignments “Russian index of happiness”	1
		Read and translate the text. Prepare a report about Russian index of happiness.	1
	Всего		8

7. Рейтинг-план дисциплины:

Вид деятельности	Количество баллов	Форма организации учебной деятельности
Тестовый самоконтроль в ЭС по теоретическому материалу	12	преаудиторная / постаудиторная
Подготовка к практическим занятиям: решение задач, обсуждение возникающих вопросов в ЭС («Форум-подготовка»)	12	преаудиторная
Решение задач и объяснение (обоснование) хода решения на практических занятиях		аудиторная
Выполнение ИЗ (решение задач по алгоритмам и разработка алгоритмов решения)	16	П/А
Взаимная оценка ИЗ на основе анализа решения задач и анализа алгоритмов	6	П/А
Промежуточное контрольное тестирование и итоговое тестирование в период конференц-недели	14	А
Всего	60	
Final assessment	40	А
Всего	100	