

Кафедра народонаселения. Ауд. 462 - 466, тел. (495) 9392928, 9391385

Сайт www.demostudy.ru; e-mail demography@econ.msu.ru

Статус дисциплины: по выбору, читается на программе бакалавров по направлениям «Менеджмент» и «Экономика» в 5 семестре

Авторы и преподаватели программы дисциплины (модуля):

Доцент Эченикэ В.Х.

1. Трудоемкость дисциплины

Трудоемкость		Контактная работа								Самостоятельная работа
з.е.	в часах	все го	в семестре	лек ции	семинары	контрольные	консульта ции	инд. консульта ции	Экзам ен/за чет	
2	72	48	72	32	0	2	2	4	2	56

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

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень освоения)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОК-2 способность анализировать основные этапы и закономерности исторического и экономического развития общества для формирования гражданской позиции	31 (ОК-2) знать основные закономерности демографического развития; У1 (ОК-2) уметь анализировать тенденции демографического развития, их социально-экономические факторы и социально-экономические последствия
ОК-3 способность использовать фундаментальные экономические знания в различных сферах деятельности	31 (ОК-3) знать основы демографической теории как компоненты системы экономического образования; У1 (ОК-3) уметь применять демографические данные и методы для решения задач экономической деятельности и менеджмента
ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, а также для выполнения научно-исследовательских работ	31 (ОК-4) знать основные нормы делового общения, принятые при решении проблем взаимодействия социально-экономического развития и воспроизводства населения; У1 (ОК-4) уметь вести устное и письменное деловое общение при выполнении научно-исследовательских заданий по проблематике взаимодействия воспроизводства населения и социально-экономического развития
ОК-5 способность работать в коллективе и руководить им, толерантно воспринимая социальные, этнические,	31 (ОК-5) знать основы командного взаимодействия; У1 (ОК-5) уметь выполнять различные виды работы в коллективе в соответствии с ролевым распределением

конфессиональные и культурные различия	при выполнении заданий по проблематике взаимодействия воспроизводства населения и социально-экономического развития
ОК-6 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	31 (ОК-6) знать основы законодательства в сфере регулирования социально-экономических факторов воспроизводства населения и их социально-экономических последствий на разных уровнях управления; У1 (ОК-6) уметь использовать основы законодательства по вопросам демографической экспертизы социально-экономических планов (проектов, концепций, доктрин) на разных уровнях управления
ОПК-2 владение методами стратегических и оперативных решений в управлении всеми видами деятельности организаций и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	31 (ОПК-2) знать алгоритмы поиска, сбора, анализа и обработки экономических и демографических данных, необходимых для решения задач предметной области взаимосвязи воспроизводства населения и экономики; У1 (ОПК-2) уметь осуществлять анализ и социально-демографических последствий, принимаемых в предметной области решений
ОПК-3 способность разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	31 (ОПК-3) знать основные инструментальные средства для обработки и анализа экономико-демографических данных в соответствии с поставленной задачей; У1 (ОПК-3) уметь выбирать, оценивать и комбинировать инструментальные средства для обработки экономико-демографических данных в соответствии с поставленной задачей в области управления человеческими ресурсами, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы
ПК-1. Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	31 (ПК-1) знать методологические основы организации деятельности малой группы, созданной для реализации конкретного экономико-демографического проекта; У1 (ПК-1) уметь организовывать деятельность команды, созданной для реализации конкретного экономико-демографического проекта
ПК-2 Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	31 (ПК-8) знать современные технические и программные средства и информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач в области управления населением; У1 (ПК-8) уметь использовать для решения аналитических и исследовательских задач в области экономики и управления современные технические и программные средства и информационные технологии и навыки группового взаимодействия
ПК-8 Владение навыками количественного	31 (ПК-11) знать методику оценки управленческих

и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	решений на микро- и макроуровне, У1 (ПК-11) уметь разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической и демографической результативности, финансовых, демографических и экологических рисков и возможных социально-экономических последствий разработанных предложений
ПК-13. Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности формирования бизнес-модели	31 (ПК-13) знать как демографические процессы и их тенденции могут оцениваться и использоваться для осуществления предпринимательской деятельности; У1 (ПК-13) уметь разрабатывать гипотезы строить демографические прогнозы и использовать их результаты для прогнозирования рынков товаров и услуг, для осуществления стратегического планирования компаний.

3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы (ООП) подготовки бакалавра

Курс «Прикладная демография» опирается на знания и умения, полученные и развитые при освоении курсов «Демография», «Экономическая информатика», «Статистика». Курс «Прикладная демография» формирует знания и умения для последующего освоения таких дисциплин, как «Экономика и управление общественным сектором», «Маркетинг», «Корпоративная социальная ответственность», «Управление рисками и страхование», «Государственное и муниципальное управление», «Управление социальной сферой», «Институциональная экономика» и др.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Таблица 1. Темы по разделам, раскрывается их содержание

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля)	Всего (час)	В том числе				
		Контактная работа (часы)				Самостоятельная (часы)
		всего	Из них			
			лекции	семинары	консультации	
Тема 1. Демографический фактор и его последствия для общества и маркетинговой среды	6	4	2	2		2
Тема 2. Бизнес на демографической информации	6	4	2	2		2
Тема 3. Применение демографических методов и данных в бизнесе	12	8	2	4	2	2
Тема 4. Классификация потребителей	8	6	2	4		2

Тема 5. Стратегическое планирование компании и демография	4	2	2			2
Тема 6. Рациональное размещение сети предприятий потребительского сектора и применение геодемографических систем	6	4		4		2
Тема 7. Демографическая составляющая страхования жизни и от несчастных случаев, пенсий и добровольное медицинское страхование	6	6	2	4		
Тема 8. Демографические аспекты политической борьбы и выборов	6	4	2	2		2
Тема 9. Демография организаций и отдельных отраслей экономики	6	4	2	2		2
Тема 10. Применение непрямых методов демографического анализа получения данных, необходимых для решения бизнес-задач	6	6		6		4
Контрольные	4		4			
Подготовка к экзамену	10	2			2	8
Экзамен	4	4	4			2
итого	72	48	16	30	4	16

4.1 Содержание тем, разделов

Тема 1. Демографический фактор и его последствия для общества и маркетинговой среды.

Население, домохозяйства и семьи как основа потребительских рынков. Структурная и когортная неоднородность населения и особенности потребительского спроса. Поведенческая неоднородность населения: рождаемость, контрацептивное поведение и смертность.

Отдельные демографические процессы и потребительский спрос. Возрастные особенности спроса: дети, взрослые, пожилые.

Демографическая составляющая образа жизни. "Социалистический" тип воспроизводства населения и образ жизни.

Тема 2. Бизнес на демографической информации.

Причины роста спроса на демографические данные. Теория "третьей волны" Олвина Тоффлера.

Место демографической информации в системе характеристик потребительского рынка. Отличия демографических данных от остальных видов информации о потребителях. Демографические аспекты покупательского поведения, стиля жизни и рекламных предпочтений. Источники данных в России и на Западе. Этнодемографические особенности потребительского поведения в США.

Тема 3. Применение демографических методов и данных в бизнесе.

Табличный подход и жизненный цикл человека. Анализ воспроизводства с помощью теории стационарного и стабильного населения. Таблицы множественного выбытия и их применение. Мультистатусные таблицы в бизнесе.

Прогноз потребительских рынков и демографический прогноз.

Оценки численности населения и демографических показателей в условиях нехватки данных. Разбор задачи - получение демографических характеристик по муниципальным округам Москвы.

Анализ переписи населения 2002 г. по муниципальным округам Москвы.

Возрастно-когортно-временной (age-period-cohort) анализ. Учет когортных различий в проведении рекламных компаний - случай с компанией "Levi's".

Тема 4. Классификация потребителей.

Комплексная характеристика покупателей: геодемографические особенности, психологические типы, покупательское поведение и рекламные предпочтения.

Западные системы классификации потребителей PRIZM, VALS и VALS-2. Характеристики кластеров.

Российская система классификации потребителей по Коптеву и Кларку: «Студенты», «Купцы», «Казачи», «Бизнесмены», «Русская душа». Изменения в маркетинговой среде и тенденции в изменении потребительского поведения выделенных кластеров.

Тема 5. Стратегическое планирование компании и демография.

Использование демографических данных и методов при анализе рынка, анализе товара, исследовании рекламы и путей продвижения товара/услуги. Место демографии в стратегическом планировании.

Планирование продвижения товаров и услуг на основе комплексной информации о потребителях, региональном распределении населения и социально-демографическом потенциале региона.

Тема 6. Рациональное размещение сети предприятий потребительского сектора и применение геодемографических систем.

История создания и принципы работы системы TIGER (Topologically Integrated Geographic Encoding and Referencing system) Бюро переписей США. Картографическое представление данных переписей. Расовый и этнический состав, плотность населения, данные жилищной переписи, структура домохозяйств и наличие ипотеки, структура и уровень доходов, образовательная структура населения на уровне переписных участков в картографических системах США.

Кластерные геодемографические системы. Размещение сети потребительских точек и анализ продаж с помощью географических информационных систем. Система расселения населения на Западе и в России. Использование кластеров и почтовых индексов для прямой почтовой рассылки в рекламе.

Тема 7. Демографическая составляющая страхования жизни и от несчастных случаев, пенсий и добровольное медицинское страхование.

Классификация личного страхования. Жизненный цикл, доходы и расходы, потребность в личном страховании. Старение населения и необходимость пенсионной реформы в развитых странах.

История страхования жизни. Значение таблиц смертности и заболеваемости в развитии страхования жизни. Тонтинное страхование. Таблицы смертности для застрахованных. Основы актуарных расчетов.

Виды договоров страхования жизни. Особенности смертности застрахованных в зависимости от видов договоров страхования жизни. Селективные, базовые и агрегированные таблицы смертности для застрахованных. Российский рынок страхования жизни.

Андеррайтинг страхования жизни и причины смерти в России. От стандартного и повышенного риска смерти к предпочтительному риску смерти. Таблицы смертности для курящих и некурящих.

Мошенничество в страховании жизни и способы борьбы с ним.

Взаимодействие банков и страховых компаний в борьбе за потребителя.

Тема 8. Демографические аспекты политической борьбы и выборов.

Проблема депопуляции и рождаемость – «патриотическая» и «демократическая» трактовка. Отношение к абортам и права человека. Конфессиональное отношение к жизни и смерти и особенности развития страхования жизни в мире. Изменение отношения к самоубийствам. Проблема повышения пенсионного возраста и ожидаемая продолжительность жизни пожилых людей.

Базы данных о потребителях и проблема конфиденциальности персонифицированной информации. Разбор конкретного случая с "Лотус Девелопмент".

Разбивка на избирательные участки - влияние на итоги выборов. Миграция и изменение политических предпочтений населения регионов.

Уровень образования населения Москвы и результаты голосования на выборах Президента РФ 4 марта 2012 г.

Тема 9. Демография организаций и отдельных отраслей экономики.

Организационная демография и демография организаций: общее и различия. Взаимосвязь между плотностью организаций и ростом соответствующей индустрии.

Применение табличного подхода в демографии организаций: общий коэффициент рождаемости (основания компаний) и общий коэффициент смертности (прекращения деятельности компаний, слияния и поглощения), ожидаемая продолжительность жизни (функционирования) компаний, воспроизводство компаний и «демографическая» политика по отношению к компаниям со стороны надзорных органов.

Источники данных для демографии организаций: промышленные ежегодники; каталоги продуктов и перечни производителей; переписи промышленности; энциклопедии по отдельным индустриям; данные обследований; интернет-сайты компаний и ассоциаций производителей (покупателей).

Тема 10. Применение непрямых методов демографического анализа получения данных, необходимых для решения бизнес-задач.

Невозможность получения прямых демографических данных по микротерриториям (уровень переписного участка). Важность использования микро данных для бизнеса. Получение полных демографических данных косвенными методами.

Уточнение данных о рождаемости с помощью косвенных методов по результатам выборочных обследований или переписей. Использование методики P/F отношений (число когда-

либо рожденных детей к данным о рождаемости условных поколений) для уточнения возрастных коэффициентов рождаемости.

Использование модельных таблиц смертности для восстановления пропущенных данных о смертности взрослых. Метод "сиротства" - косвенные оценки смертности взрослых женщин, по данным о дожитии матерей-респонденток (Брасс и Хилл; Хилл и Трассел). Метод "вдовства" - оценки мужской и женской смертности по данным о дожитии супруга по первому браку респондентов (метод предложен в работах Хилла; Хилла и Трассела; Брасса и Бэмжбоя - Bamgboye).

Метод "сестер" - косвенная оценка уровня материнской смертности по данным опросов о дожитии сестер. Техника Хилла, Трассела, Престона и Буса (Booth).

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

Литература (основная):

1. Siegel J.S. Applied Demography. Application to Business, Government, Law, and Public Police. Emerald Group Publishing Limited, 2008.
2. Эченикэ В.Х. Демография и бизнес. В: Демография: современное состояние и перспективы развития. Уч. пособие под ред. Валентя Д.И. М., "Высшая школа", 1997.
3. Francese P., Piio R. Capturing customers: how to target the hottest markets of the '90s. N.Y., 1990.
4. Demographics. A casebook for business and government. Westview press, RAND, 1994.
5. Murdock S., Chris Kelley and Jeffrey Jordan. Demographics: A Guide to Methods and Data Sources for Media, Business, and Government. Paradigm Publishers. 2006.

Дополнительная литература:

1. Аренс В.Ф., Вейголд М., Аренс К. Современная реклама. 11ое издание. М., ЭКСМО, 2011.
2. Гантер Б., Фернхам А. Типы потребителей: введение в психографику. Санкт-Петербург, 2001.
3. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М., 2003.
4. Кваша А.Я. Политическая демография. В: Демография. Современное состояние и перспективы развития. Учебное пособие. Под ред. Валентя Д.И. М., «Высшая школа», 1997.
5. Коптев С., Кларк Н., Ткачев В., Аракелова Ю., Семина Н., Романина Е. Человечный маркетинг. М., 2003.
6. Лаймус Д., Шпенев А. Секулярный век? Демоскоп Weekly. 2012, №501-502. <http://demoscope.ru/weekly/2012/0501/demoscope501.pdf>
7. Махрова А. Рынок жилья и расселение в Московском регионе <http://demoscope.ru/weekly/2006/0247/index.php>
8. Махрова А., Кириллов П. Российская урбанизация и жилье горожан //Демоскоп Weekly. 2015. Тема номера. № 645-646. http://demoscope.ru/weekly/2015/0645/s_map.php#1
9. Сайт компании Strategic Business Insights. Психографическая кластерная система Value, attitude, life style (VALS). <http://www.strategicbusinessinsights.com/vals/presurvey.shtml>
10. Hannan, M. T., G. R. Carroll, S. D. Dobrev, and J. Han. 1998a. Organizational mortality in European and American automobile industries. Part I. Revisiting the effects of age and size. In: European Sociological Review, 14:279–302.
11. Hannan, M. T., G. R. Carroll, S. D. Dobrev, J. Han, and J. C. Torres. 1998b. Organizational mortality in European and American automobile industries. Part II. Coupled clocks. In: European Sociological Review, 14:303–313.
12. Ioffe G., Zayonchkovskaya Z., 2012. People in transition: spatial shifts in population within the Moscow region. An NCEEER Working Paper.

13. Martins Jo, Farhat Yusuf and David Swanson. Consumer Demographics and Behaviour: Markets are People (The Springer Series on Demographic Methods and Population Analysis). Springer, 2011.
14. Matthew Bloch, Shan Carter and Alan Mclean. Картографическое представление результатов обследований населения США в 2005-2009 гг. Сайт Нью-Йорк Таймс. <http://projects.nytimes.com/census/2010/explorer>
15. Matthew Bloch, Shan Carter and Alan Mclean. Сайт Нью-Йорк Таймс. Картографическое представление результатов переписи населения США 2010 г. <http://projects.nytimes.com/census/2010/map>
16. Phillips, D. J. 2001. The promotion paradox: Organizational mortality and employee promotion chances in Silicon Valley law firms, 1946–1996. American Journal of Sociology, 106:1058–109
17. Political Demography. How population changes are reshaping international security and national politics. Coldstone J., Eric Kaufmann and Monica Duffy Toft. Oxford University Press, 2012.
18. Ranger-Moore, J., Breckenridge R.S. and D.L.Jones. Patterns of Growth and Size-Localized Competition in the New York State Life Insurance Industry, 1860-1985. In: Social Forces, 1995, #73: 1027-49.
19. Teitelbaum M.S. Political Demography. In: Handbook of Population. Editors: D.Poston and M.Micklin. Springer, 2006.

Интернет-источники:

<http://www.demostudy.ru> (Кафедра народонаселения экономического факультета МГУ)
<http://www.dmo.econ.msu.ru> (Центр по изучению проблем народонаселения экономического факультета МГУ)
<http://www.gks.ru> (ФСГС РФ)
<http://www.who.org> (Всемирная организация здравоохранения)
<http://sophist.hse.ru/> (Единый архив экономических и социологических данных)
<http://www.oecd.org/statistics/> (база данных ОЭСР)
<http://www.ggp-i.org/> (Международная исследовательская программа/база данных «Пол и поколение»)
<http://www.census.gov> (Бюро переписей США)
<http://www.un.org/popin> (Информационная сеть Отдела народонаселения и Фонда по народонаселению (ООН))
<http://www.worldbank.org> (сайт Мирового Банка)
<http://www.hse.ru/rlms> (РМЭЗ)
<http://www.demogr.mpg.de/cgi-bin/databases/fampoldb/index.plx> (Comparative family policy database)

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Таблица 2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе обучения

	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8	Тема 9	Тема 10
ОК-2	X	X							X	
ОК-3		X	X			X	X	X		X
ОК-4	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ОК-5			X	X						
ОК-6	X	X	X			X	X	X	X	
ОПК-2				X						
ОПК-3				X		X	X	X	X	X

ПК-1				X		X	X	X	X	X
ПК-2						X	X			
ПК-8			X	X	X	X	X	X	X	X
ПК-13				X		X				X

Примерный список вопросов для проведения текущей и промежуточной аттестации:

1. Население, домохозяйства и семьи как основа потребительских рынков.
2. Структурная и когортная неоднородность населения и особенности потребительского спроса.
3. Поведенческая неоднородность населения: рождаемость, контрацептивное поведение и смертность.
4. Отдельные демографические процессы и потребительский спрос. Возрастные особенности спроса: дети, взрослые, пожилые.
5. "Социалистический" тип воспроизводства населения и образ жизни, стратегия потребителей.
6. Место демографической информации в системе характеристик потребительского рынка.
7. Отличия демографических данных от остальных видов информации о потребителях.
8. Причины роста спроса на демографическую информацию. Бизнес на демографической информации.
9. Источники данных о потребителях в России и на Западе.
10. Применение мультистатусных таблиц в прикладной демографии.
11. Оценки численности населения и демографических показателей в условиях нехватки данных.
12. Прогноз потребительских рынков и демографический прогноз.
13. Возрастно-когортно-временной (age-period-cohort) анализ в анализе потребителей.
14. Комплексная характеристика покупателей: геодемографические особенности, психологические типы, покупательское поведение и рекламные предпочтения.
15. Западные системы классификации потребителей PRIZM, VALS и VALS-2. Характеристики кластеров.
16. Российская система классификации потребителей по Коптеву и Кларку: «Студенты», «Купцы», «Казачи», «Бизнесмены», «Русская душа». Изменения в маркетинговой среде и тенденции в изменении потребительского поведения выделенных кластеров.
17. Использование демографических данных и методов при анализе рынка, анализе товара, исследовании рекламы и путей продвижения товара/услуги. Место демографии в стратегическом планировании.
18. Планирование продвижения товаров и услуг на основе комплексной информации о потребителях, региональном распределении населения и социально-демографическом потенциале региона.
19. История создания и принципы работы системы TIGER (Topologically Integrated Geographic Encoding and Referencing system) Бюро переписей США.
20. Кластерные геодемографические системы. Размещение сети потребительских точек и анализ продаж с помощью географических информационных систем.
21. Отличия смертности застрахованных от смертности населения в целом. Антиселекция в страховании жизни.
22. Селективные, базовые и агрегированные таблицы смертности для застрахованных.
23. Андеррайтинг страхования жизни и причины смерти в России. От стандартного и повышенного риска смерти к предпочтительному риску смерти. Таблицы смертности для курящих и некурящих.
24. Конфессиональное отношение к жизни и смерти и особенности развития страхования жизни в мире.
25. Проблема депопуляции и рождаемость – «патриотическая» и «демократическая» трактовка. Отношение к абортам и права человека.
26. Проблема повышения пенсионного возраста и ожидаемая продолжительность жизни пожилых людей.
27. Демографические изменения и геополитика.
28. Чем отличается организационная демография от демографии организаций?
29. Какие демографические методы и показатели применяются в демографии организаций?
30. Источники данных для демографии организаций.
31. Косвенные методы получения демографических данных: метод «сиротства».
32. Косвенные методы получения демографических данных: метод «вдовства».

33. Косвенные методы получения демографических данных: метод «сестер (сестринства)».

7. Форма проведения самостоятельной работы и текущего контроля успеваемости

Форма самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости	Трудоемкость (в часах)
Изучение материалов лекции, учебника, дополнительной литературы	Обсуждение тем, заявленных в курсе на семинарских занятиях, участие в интерактивных модулях лекционных занятий	24
<p>Подготовка домашних практических заданий, Подготовка доклада или эссе на тему использование данных о демографических процессах и демографических методов в отдельных видах бизнеса, работающего на потребительском рынке (студенту предоставляется возможность выбрать вид бизнеса).</p> <p>Примерные пункты плана анализа:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Демографический профиль потребителя данного товара или услуги: возраст, пол, уровень образования, доходов, занятость и др. 2. Географическое распределение потребителей по территории страны. 3. Психологические особенности потребителей. 4. Перспективы рынка услуги или товара с учетом демографических перспектив. 	Презентация доклада или защита эссе	4
Самостоятельная подготовка к проверочным работам на лекциях	Проверочные работы на лекциях (мини-тесты).	4
Подготовка к итоговой аттестации	Итоговая аттестация (экзамен/зачет)	10
Итого		42

8. Образовательные технологии:

Интерактивные лекции с элементами семинарского занятия; компьютерные презентации со встроенными аудио и видео файлами; самостоятельная работа, предполагающая поиск, сбор и обработку информации, индивидуальная работа над темами эссе и докладов.

Работа с первичными источниками информации: систематизация и оценка литературы (включая международные документы и программы) с активным использованием электронной библиотеки экономического факультета на иностранных языках по проблеме социально-экономических факторов и последствий воспроизводства населения; демографическая экспертиза социально-экономических программ (проведение необходимых расчетов, докладов и выступлений). Обоснование, самостоятельный поиск, оценка и использование необходимых индикаторов с использованием баз данных международных организаций, ФСГС.

9. Балльная система оценки знаний

Общая оценка знаний складывается из результатов текущего и промежуточного оценивания и оценки итоговой аттестации (экзамена).

Примерный список заданий для проведения текущей и промежуточной аттестации:

- Решение мини-тестов и участие в дискуссии на интерактивных лекциях – 35 баллов.
- Домашнее задание (индивидуальный проект) – 35 баллов.
- Итоговая аттестация (экзамен/зачет) – 30 баллов.

БОНУС АКТИВНЫМ СТУДЕНТАМ ОТ ЛЕКТОРА – 15 баллов (дополнительные баллы, вне БРС)

Итого по результатам всех этапов оценивания –100 баллов.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для лекционных занятий: аудитория с мультимедийным проектором, доска, маркер.

Для семинарских занятий: аудитория с мультимедийным проектором, доска, маркер; компьютерный класс с выходом в Интернет, программы: Microsoft Office