МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____ В.Г. Шубаева
«26» мая 20 21 г.

Экономика маркетинга

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки/ *Специальность*	*38.03.02 Менеджмент*
Направленность (профиль) программы/ *Специализация*	*Маркетинг и управление брендами*
Уровень высшего образования	*Бакалавриат*
Форма обучения	*очная*

Составитель*(и)*:

к.э.н, Жукова Татьяна Николаевна

Часов по учебному плану	144	**Виды контроля в семестрах:**
в том числе:		
контактная работа	68	Экзамен: семестр 7
самостоятельная работа	40	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины:

Семестр:	7
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	38
Практические занятия	16
Лабораторные работы	14
Итого аудиторных часов	**68**
Самостоятельная работа	40
Часы на контроль	36
Итого академических часов	**144**
Общая трудоемкость в зачетных единицах	**4**

Санкт-Петербург
2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 2

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 2

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 2

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ* 2

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 4

5.1 Рекомендуемая литература 4

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства 4

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД) 4

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 5

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 6

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 7

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ 9

1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации 9

1.2 Темы письменных работ 10

1.3 Контрольные точки 10

1.4 Другие объекты оценивания 11

1.5 Самостоятельная работа обучающегося 11

1.6 Шкала оценивания результата 11

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	Обеспечение студента теоретическими знаниями и практическими навыками экономического обоснования маркетинговых решений, бюджетирования и экономической оценки эффективности маркетинговой деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Экономика маркетинга относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**
ПК-3 - Участвует в разработке и реализации стратегий, планов и мероприятий в области маркетинга и продвижения, в том числе в цифровой среде, а также осуществляет контроль и оценку их эффективности	ПК-3.2 - Участвует в разработке и оценке эффективности стратегий, планов и мероприятий в области комплекса маркетинга и продвижения	Знать: теоретические основы и принципы обоснования маркетинговых решений для формирования бюджета маркетинговой деятельности; методы и экономические показатели оценки, маркетинговой деятельности. Уметь: формировать бюджет маркетинговой деятельности, систему маркетинговых метрик и контроль маркетинговой деятельности предприятия, в том числе маркетинга в цифровой среде. Владеть: навыками управления маркетинговыми затратами, создания систем показателей результативности маркетинга, оценки эффективности маркетинговой деятельности и принятия маркетинговых решений на основе анализа маркетинговых метрик.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	**Содержание дисциплины**	**Объем дисциплины (академические часы)**			
		Контактная работа			**СРО**
		ЗЛТ	**ПЗ**	**ЛР**	
Тема 1. Базовые понятия теории экономической	Понятие и виды эффективности маркетинговой деятельности. Общая теория эффективности: основные положения и терминологический аппарат. Эффективность предприятия в контексте	4	2	2	6

эффективности и эффективность маркетинговой деятельности.	теории фирмы. Система критериев эффективности. Устойчивое развитие как критерий эффективности. Сущность экономической эффективности. Роль критерия удовлетворительности в поведении экономических субъектов. Экономическая эффективность как ресурсоемкость/экономичность (efficiency) и ресурсоотдача (effectiveness). Развитие концепций эффективности маркетинговой деятельности и применение в оценке: результативности маркетинга (Marketing Performance), продуктивности маркетинга; маркетинга, ориентированного на стоимость.				
Тема 2. Экономическое обоснование маркетинговых решений и формирование бюджета маркетинговой деятельности предприятия.	Проблемы и методы прогнозирования результатов маркетинговой деятельности. Факторы, учитываемые при принятии маркетинговых решений. Понятие бюджета маркетинговой деятельности. Методы формирования бюджета маркетинговой деятельности: характеристика, условия применения. Учет неопределенности и риска при разработке бюджета. Форма представления маркетингового бюджета предприятия. Контроль исполнения бюджета.	6	2	2	6
Тема 3. Контроль маркетинговой деятельности и система маркетинговых метрик.	Сущность и формы маркетингового контроля. Аудит маркетинговой деятельности. Способы организации маркетингового контроля. Понятие и назначение маркетинговых метрик. Виды метрик (проектные, ежегодные, текущие и стратегические). Концепция системы сбалансированных показателей в маркетинге: методика построения маркетинговой метрики на основе концепции ССП.	8	4	2	8
Тема 4. Оценка эффективности маркетинговых инструментов и проектов.	Методы оценки эффективности отдельных составляющих маркетинговой деятельности. Понятие и виды маркетинговых проектов. Бюджет маркетинга и виды маркетинговых затрат: текущие и инвестиции. Оценка маркетинговых инвестиций. ROMI. Анализ маркетинговых проектов. Подходы к разработке проектных метрик. Особенности экономической оценки различных видов маркетинговых проектов: внедрение CRM-системы, вывод на рынок нового продукта, внедрение службы маркетинга, проведение рекламной кампании и т.п. Учет маркетинговых рисков.	8	4	4	8
Тема 5. Методы оценки эффективности взаимодействия бизнес-партнеров по цепочке создания потребительской ценности.	Понятие цепочки создания ценности. Моделирование цепочки ценности. Распределение дохода и рисков в цепочке ценности. Аутсорсинг маркетинговой функции. Методология оценки эффективности взаимодействия. Показатели экономической, поведенческой и стратегической эффективности взаимодействия.	6	2	2	6
Тема 6. Маркетинговые	Сущность и структура маркетинговых нематериальных активов. Подходы к оценке	6	2	2	6

нематериальные активы: управление и оценка.	маркетинговых нематериальный актив. Бренд-капитал как маркетинговый нематериальный актив. Клиентский капитал и концепция пожизненной стоимости клиента. Методы оценки клиентского капитала.				
Контроль:					**36**
Всего по дисциплине:		**38**	**16**	**14**	**40**

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	**Электронные ресурсы**
Юлдашева, О.У. Экономика маркетинга : учебное пособие / О.У.Юлдашева Я.Ю.Салихова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра маркетинга .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2016 .— 90 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	http://opac.unecon.ru/elibrary ... °%20Ð¼Ð°ÑÐºÐµÑÐ¸Ð½Ð³Ð°.pdf
Жукова Т.Н., Конников Е.А. Управление маркетингом : учебное пособие / Т.Н.Жукова, Е.А.Конников ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра маркетинга .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2017 .— 117 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	http://opac.unecon.ru/elibrary ... ºÐ°%20Ð¼Ð°ÑÐºÐµÑÐ¸Ð½Ð³Ð°.pdf

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- Microsoft Office Professional
- Microsoft Windows Professional

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	**Наименование СПБД/ ИСС**
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru

3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary www.oecd-ilibrary.org
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
12.	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование учебных аудиторий, перечень	**Адрес (местоположение) учебных аудиторий**
Ауд. 116 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 64 посадочных мест, рабочее место преподавателя, трибуна аудиторная - 1 шт., доска аудиторная - 1шт., тумба мультимедийная - 1шт.Моноблок Acer Aspire Z1811 Intel Core i5-2400S@2.50GHz/4Gb/1Tb - 1 шт.,Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Экран с электро-приводом Draper Baronet 153x200 см - 1 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 в комплекте - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	192007, г. Санкт-Петербург, ул. Прилукская, д. 3, лит. А

Ауд. 306 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 56 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска аудиторная - 1шт., трибуна - 1шт.Моноблок Acer Aspire Z1811 Intel Core i5-2400S@2.50GHz/4Gb/1Tb - 1 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Микшер-усилитель TA-1120 - 1 шт., Колонки Hi-Fi PRO MASK6T-W (2шт.) - 1 шт., Экран с электроприводом Draper Baronet 153x200 см213/84 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	192007, г. Санкт-Петербург, ул. Прилукская, д. 3, лит. А

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

– учебно-методической документацией;

– локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;

– графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

– фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;

– базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
– профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
– индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
– метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме письменного экзамена, включающего две части. Первая часть (часть А) проверяет знание теоретических основ дисциплины и включает в себя экзаменационные вопросы, сформированные по темам курса:

1. Понятие и виды эффективности маркетинговой деятельности.
2. Теории фирмы и критерии экономической эффективности.
3. Роль критерия удовлетворительности в поведении экономических субъектов.
4. Экономическая эффективность как ресурсоемкость/экономичность (efficiency) и ресурсоотдача (effectiveness).
5. Виды и функции показателей экономической эффективности. Классификация показателей эффективности.
6. Эффективность предприятия в контексте концепции устойчивого развития.
7. Эффективность деятельности в контексте концепции маркетинга, ориентированного на стоимость.
8. Проблемы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
9. Эффективность маркетинга в системе финансового анализа деятельности компании. Влияние маркетинговой деятельности на показатели ликвидности, финансовой устойчивости, рентабельности.
10. Понятие бюджета маркетинговой деятельности. Методы формирования бюджета маркетинговой деятельности: характеристика, условия применения.
12. Контроль исполнения маркетингового бюджета.
13. Сущность и формы маркетингового контроля. Аудит маркетинговой деятельности.
14. Системы маркетинговых метрик. Виды и архитектура систем
15. Концепция системы сбалансированных показателей в маркетинге: методика построения маркетинговой метрики на основе концепции ССП.
16. Оценка маркетинговых инвестиций. Сущность и порядок расчета показателя ROMI.
17. Оценка маркетинговых проектов. Метод приведенных затрат: сущность и проблемы использования
18. Оценка маркетинговых проектов. Период окупаемости проекта: сущность и проблемы использования
19. Оценка маркетинговых проектов. Сущность дисконтирования. Сущность и порядок расчета показателя NPV.
20. Эффективность товарной и ассортиментной политики предприятия
21. Эффективность маркетинговых коммуникаций.
22. Эффективность Интернет-коммуникаций и маркетинга в социальных сетях
23. Эффективность сбытовой деятельности и торгового персонала
24. Маркетинговые аспекты ценовой политики
25. Понятие цепочки создания ценности. Оценка эффективности взаимодействия в цепочке ценности.
26. Сущность и структура маркетинговых нематериальных активов. Подходы к оценке маркетинговых нематериальных активов.
27. Бренд-капитал как маркетинговый нематериальный актив.
28. Клиентский капитал и показатель пожизненной стоимости клиента (CLV).

Вторая часть (часть Б) проверяет способность студентов адаптировать теоретические основы к практике и включает две расчетные или ситуационные по темам дисциплины.

Пример зданий части Б:

Задание 1

Отдел маркетинга разрабатывает рекламную кампанию и планирует бюджет для выполнения целевого показателя продаж. Практика компании и анализ показателей эффективности интернет-маркетинга с использованием Яндекс Метрика показывают, что:

- средний размер покупок на одного клиента составляет 1250 руб.
- стоимость привлечения одного потенциального клиента составляет 30 руб.;
- коэффициент конвертации потенциальных клиентов в реальных составляет 6%;

Какой необходим рекламный бюджет для обеспечения планового объема продаж в 800000 руб.?

Задание 2

Оцените дисконтированную стоимость жизненного цикла покупателя, если известно:

- первичные расходы, связанные с привлечением данного покупателя – 10 тыс рублей
- оценочный период дальнейших взаимоотношений компании с этим покупателем -2 года;
- цена продукта, скидка с цены, прогнозные продажи в штуках и прогнозируемые расходы на маркетинг (связанные с обслуживанием данного покупателя) в этот период представлены в таблице
- ставка дисконтирования 0,1.

Годы	*t=0*	*t=1*	*t=2*
Прогнозные продажи, шт.	2	6	6
Цена продукта, тыс. руб. / шт.	500	500	500
Скидка с цены покупателю, %	10	25	25
Себестоимость ед. продукта, тыс. руб.	300	300	300
Расходы на маркетинг, тыс. руб. в год	15	15	15
Первичные расходы, связанные с привлечением покупателя, тыс. руб.	10	-	-

1.2 Темы письменных работ

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	**Тип контрольной точки**	**Способ проведения**	**Номера тем**
1	Аналитическая работа	письменно	1-3
2	Учебный проект	письменно	4-6
3	Текущий контроль	устно	1-6

1.4 Другие объекты оценивания

Наименования объекта оценивания	Способ проведения	Номера тем
Практическая работа	устно	1-6
Лабораторная работа	письменно	1-6

1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Подготовка к лекционным и практическим занятиям	1-6
Работа с аналитическими базами данных, нормативными документами, справочной литературой	1-6
Разработка индивидуальных/ групповых проектов	1-3,4-6
Подготовка к экзамену	1-6

1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.
Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<=54	неудовлетворительно
55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
>=85	отлично

Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.

4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.