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 2021 г.

Е-коммерция

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, Байков Вениамин Германович

Часов по учебному плану	216	**Виды контроля в семестрах:**
в том числе:		
контактная работа	80	Экзамен: семестр 3
самостоятельная работа	100	Курсовая работа: семестр 3
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины:

Семестр:	3
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	24
Практические занятия	56
Лабораторные работы	0
Итого аудиторных часов	**80**
Самостоятельная работа	100
Часы на контроль	36
Итого академических часов	**216**
Общая трудоемкость в зачетных единицах	**6**

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* 3

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 5

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД) 5

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 6

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 7

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ 9

1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации 9

1.2 Темы письменных работ 10

1.3 Контрольные точки 11

1.4 Другие объекты оценивания 11

1.5 Самостоятельная работа обучающегося 11

1.6 Шкала оценивания результата 11

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	Формирование у студентов целостной системы знаний о возможностях компании в Интернет-среде; изучение основных терминов, понятий, бизнес моделей электронной коммерции, влияние современных Интернет-технологий на поведение потребителя и различные аспекты видения бизнеса в сети Интернет.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Е-коммерция 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-1 - Способен создавать и редактировать маркетинговый контент, управлять маркетинговой информацией в цифровой среде при продвижении товаров, услуг, брендов	ПК-1.1 - Обладает необходимыми знаниями в области создания и редактирования маркетингового контента для организации продаж и продвижения, в том числе в интернет-среде	Знать: основные термины, понятия, связанные с созданием маркетингового контента и управления маркетинговой информацией в целях продвижения товаров, услуг и брендов в Интернет-среде. Уметь: использовать современные технологии и применять методы организации продаж в Интернет-среде. Владеть: навыками управления маркетинговой информации, её сбора и анализа, для создания и редактирования маркетингового контента в цифровой среде.
ПК-5 - Способен оценивать социально-экономические и рыночные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять риски и новые рыночные возможности по формированию спроса, формировать новые бизнес-модели, в том числе в цифровой среде и в условиях глобализации	ПК-5.1 - Владеет знаниями в области создания и продвижения бизнеса, в том числе в интернет-среде с учетом оценки социально-экономических и рыночных условий	Знать: особенности создания и продвижения бизнеса в Интернет-среде, основные методы анализа информации для оценки социально-экономических и рыночных условий осуществления предпринимательской деятельности в цифровой среде. Уметь: выявлять риски и рыночные возможности по формированию спроса, в том числе в цифровой среде, формировать новые бизнес-модели. Владеть: навыками в области создания и продвижения бизнеса, в том числе в Интернет-среде, навыками оценки социально-экономических и рыночных условий.

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. Электронная коммерция, история, основные понятия и виды электронной торговли.	Основные понятия и термины, применяемые в электронной коммерции. Развитие электронной коммерции, изменение традиционных форм торговли с развитием технологий Интернет.	2	6		10
Тема 2. Особенности электронной торговли.	Изучение преимуществ электронной коммерции по сравнению с традиционными формами торговли. Рассмотрение особенностей этапа заключения договора (способы заключения сделок, электронная подпись и т.д.). Особенности правового регулирования электронной торговли.	4	6		12
Тема 3. Бизнес модели в электронной коммерции.	Основные формы взаимодействия партнеров и клиентов, применяемые в Интернет-среде бизнес модели, B2C и B2B как основные рынки электронной коммерции.	2	6		10
Тема 4. Виды Интернет-площадок электронной коммерции, особенности создания и редактирования их контента.	Особенности Интернет-магазинов и Интернет-сервисов, рассмотрение систем предзаказов и предоплаты на Интернет-площадках, системы цифровой дистрибуции. Изучение особенностей контента, представленного на этих площадках.	2	6		12
Тема 5. Особенности электронных денег и поведения потребителей в процессе совершения онлайн покупки.	Сущность и виды электронных денег, их основное отличие от традиционных форм оплаты, особенности восприятия потребителем электронных денег. Правовое регулирование обращения электронных денег, особенности банковских систем в электронной коммерции.	2	6		10
Тема 6. Особенности поведения потребителей на Интернет-площадках.	Особенности поведения современного потребителя, изменения в культуре потребления и причина их возникновения. Рассмотрение новых ролей поведения потребителей и новых способов взаимодействия с клиентами на разных этапах жизненного цикла товаров и услуг.	4	8		12
Тема 7. Микротрансакции как особый вид платежей в электронной	Изучение мирового опыта внедрения микротрансакций на электронных рынках, различных форм микротрансаций и рассмотрение особенностей поведения потребителей, с ними связанных.	4	6		10

коммерции, их формы и особенности.					
Тема 8. Особенности общественного финансирования, как инструмента маркетинга в онлайн среде.	Основные понятия и развитие систем общественного финансирования. Сущность и природа краудсорсинга; сущность и природа краудинвестинга и краудлендинга; сущность и природа краудфандинга как элемента взаимодействия с конечными покупателями.	2	6		12
Тема 9. Оценка эффективности систем электронной коммерции и вложений в эти системы.	Изучение основных методов оценки эффективности внедрения систем электронной коммерции, основные сложности, связанные с оценкой эффективности вложений в эти системы.	2	6		12
Контроль:					**36**
Всего по дисциплине:		**24**	**56**	**0**	**100**

*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**
Андреевский, Игорь Леонидович. Электронный бизнес: учебное пособие / И.Л.Андреевский, Х.И.Аминов; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, Каф. информац. систем и технологий. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2017 .— 77 с.	http://opac.unecon.ru/cgi-bin/ ... +2+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus
Костин, Константин Борисович. Организация электронной торговли и продвижения для повышения эффективности ревеню-менеджмента: учебное пособие / К.Б.Костин; Министерство образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра мировой экономики и международных экономических отношений. — Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2017.— 71 с.	http://opac.unecon.ru/elibrary ... B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B8.pdf
Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 433 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс).	https://urait.ru/book/elektronnaya-kommerciya-426601

Сибирская, Е.В. Электронная коммерция: Учебное пособие / Е.В.Сибирская, О.А.Старцева.— Москва : ФОРУМ, 2012 .— 288 с. : ил. — (Высшее образование) .	http://opac.unecon.ru/cgi-bin/ ... +4+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus
Аванесов, Григорий Мкртычевич. Интернет-экономика: учеб. пособие для студентов всех форм обучения / Г.М.Аванесов ; Федер. агентство по образованию, С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов, Каф. информатики .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2009 .— 245 с.	http://opac.unecon.ru/cgi-bin/ ... +2+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus
Ахромов, Ярослав Владимирович. Системы электронной коммерции: практ. рук.: учеб. пособие для студентов вузов / Я.В.Ахромов .— Москва : Оникс, [2007] .— 410 с. :	http://opac.unecon.ru/cgi-bin/ ... +1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus

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. 503 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 92 посадочных мест, рабочее место преподавателя, трибуна аудиторная - 1 шт., доска аудиторная - 1 шт., тумба для аппаратуры - 1 шт., Моноблок Acer Aspire Z1811 Intel Core i5-2400S@2.50GHz/4Gb/1Tb - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME401X - 1 шт., Экран с электроприводом Draper Baronet 183x240 см213/84 - 1 шт., Микшер-усилитель (JPA-1240A) 240 Вт/100 В - 1 шт., Акустическая система JBL CONTROL 25 WH - 4 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. 413 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 28 посадочных мест, рабочее место преподавателя, трибуна - 1шт., доска аудиторная - 1шт.Компьютер intel Core i3-8100S/8Gb/1Тб / Philips224E5QSB - 14 шт., Моноблок Acer Aspire Z1811 Intel Core i5-2400S@2.50GHz/4Gb/1Tb - 1 шт., Экран проекцион. Projecta Compact Electrol 153x200 см MATTE White S - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC NP-ME402X - 1 шт., Колонки Hi-Fi PRO MASKGT-W- (2шт.) - 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

1 Особенности E-mail-рекламы.
2 Особенности Web-витрины и баннерной рекламы.
3 Тизерная реклама в сети Интернет. Особенности тизерной рекламы для различных товаров (видеоконтент, реклама высокотехнологичных товаров и т.д.).
4 Виртуальные торговые площадки, виды и их особенности.
5 Вопросы безопасности в платежных системах.
6 Принцип работы и история возникновения Интернет-аукционов, Интернет-банкинга и электронных бирж.
7 Использование рекламных технологий в Интернете-среде.
8 Международные платежные системы, история развития, основные отличия и особенности.
9 Роль международных организаций в развитии Е-коммерции.
10 Основные факторы и особенности развития Е-коммерции в России.
11 Роль электронной торговли в инновационной деятельности компаний.
12 Особенности поведения потребителей на рынке Е-коммерции.
13 Особенности мобильной коммерции, тенденции на рынке, особенности поведения потребителей на рынке мобильной коммерции.
14 Организация электронного магазина, основные параметры определения юзабилити сайта.
15 Перспективы развития Е-коммерции в мире и в России.
16 Платежные системы в сети Интернет, виды, особенности и их сравнительные характеристики.
17 Правовое обеспечение и этика Е-коммерции в России.
18 Государственное регулирование, поддержка и интеграция краудфандинга в мировой практике.
19 Государственное регулирование, поддержка и интеграция краудфандинга в России.
20 Электронная подпись, история возникновения, виды и особенности.
21 Добросовестное использование или Fair use – принципы, история и основные положения, описывающие исключения и ограничения исключительного права.
22 Бизнес-модели Е-коммерции.
23 Особенности поведения потребителей в сети Интернет.
24 Виды маркетингового контента, разрабатываемого для Интернет-площадок.
25 Особенности маркетингового контента для мобильных платформ Е-коммерции.
26 Общественное финансирование, виды площадок и особенности взаимодействия с потребителями.
27 Юзабилити сайта и карта сайта, оптимизация сайта компании.
28 Разработка семантического ядра сайта.
29 Основные принципы Е-коммерции (принцип полноты, принцип возрастающего эффекта и т.д.).
30 Микротранзакции (микроплатежи) как особый вид коммерциализации товаров и услуг в Е-коммерции.

1.2 Темы письменных работ

1 Е-коммерция и перспективы её развития в России.
2 Развития бизнеса с применением технологий Е-коммерции.
3 Особенности обеспечения безопасности данных и информационных ресурсов на площадках Е-коммерции.
4 Разработка маркетингового контента и его внедрение на предприятии.
5 Организация электронного магазина и юзабилити сайта на примере предприятия.
6 Особенности поведения потребителей на выбранном рынке Е-коммерции.
7 Особенности поведения потребителей на выбранной площадке Е-коммерции.
8 Организация продаж и продвижения на выбранном рынке Е-коммерции.
9 Социально-экономические и рыночные условия на выбранном рынке Е-коммерции.
10 Изучение особенностей предпринимательской деятельности на выбранном рынке Е-коммерции.
11 Особенности применения правовой доктрины "Fair use" (или её аналогов) при разработке маркетингового контента на примере организации.
12 Особенности разработки маркетингового контента на выбранном рынке Е-коммерции.
13 Особенности разработки маркетингового контента на различных площадках Е-коммерции.
14 Разработка программы лояльности для предприятий на выбранном рынке Е-коммерции.
15 Разработка маркетингового контента для продвижения товаров, услуг или бренда на выбранной площадке Е-коммерции.
16 Разработка и редактирование маркетингового контента в социальных сетях на примере организации.
17 Разработка и редактирование маркетингового контента на мобильных платформах Е-коммерции.
18 Создание и поддержание сайта при проведении рекламной кампании в цифровой среде.
19 Разработка предложений по проведению рекламной кампании в социальных сетях на примере организации.
20 Разработка предложений по проведению рекламной кампании на выбранной площадке Е-коммерции.
21 Разработка маркетингового контента при взаимодействии с потребителями (на примере организации).
22 Изучение рисков новых рыночных возможностей в Интернет-среде на примере организации.
23 Разработка маркетингового контента для взаимодействия с потребителями в цифровой среде на ранних стадиях жизненного цикла товаров, услуг (на примере организации).
24 Разработка маркетингового контента для взаимодействия с потребителями на площадках общественного финансирования в Интернет-среде.
25 Применение инструментов электронной коммерции для взаимодействия с потребителями в цифровой среде.
26 Разработка рекомендаций по модификации бизнес-моделей в цифровой среде, применяемых в организации.
27 Организация и развитие бизнес-процессов при создании Интернет-магазинов на примере организации.

1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Тест	письменно	1-4
2	Практическая работа	устно	1-9
3	Текущий контроль	с помощью технических средств и информационных систем	1-9

1.4 Другие объекты оценивания

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Выполнение домашних заданий	1-9
Подготовка к экзамену	1-9
Разработка индивидуальных/ групповых проектов	1-9
Подготовка к лекционным и практическим занятиям	1-9
Курсовое проектирование	1-9

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.