

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

В.Г. Шубаева

2023 г.

**Маркетинговая компетентность и технологии принятия маркетинговых решений**

**Рабочая программа дисциплины**

Направление подготовки/ Специальность 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) программы/ Специализация Маркетинг и цифровые коммуникации

Уровень высшего образования Магистратура

Форма обучения очная

Год набора 2023

Составитель(и):  
к.э.н, Салихова Яна Юрьевна

Часов по учебному плану	216	<b>Виды контроля в семестрах:</b>  Экзамен: семестр 2 Курсовая работа: семестр 2
в том числе:		
контактная работа	42	
самостоятельная работа	138	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

**Распределение часов дисциплины:**

Семестр:	2
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	18
Практические занятия	24
Лабораторные работы	0
<b>Итого аудиторных часов</b>	<b>42</b>
Самостоятельная работа	138
Часы на контроль	36
<b>Итого академических часов</b>	<b>216</b>
<b>Общая трудоемкость в зачетных единицах</b>	<b>6</b>

Санкт-Петербург  
2023

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>	<b>3</b>
<b>3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ* .....</b>	<b>4</b>
<b>5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>5</b>
<b>5.1 Рекомендуемая литература .....</b>	<b>5</b>
<b>5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в     т.ч. отечественного производства .....</b>	<b>5</b>
<b>5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных     профессиональных баз данных (СПБД).....</b>	<b>6</b>
<b>6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>6</b>
<b>7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>7</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....</b>	<b>8</b>
<b>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 Темы письменных работ.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Контрольные точки .....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 Другие объекты оценивания .....</b>	<b>11</b>
<b>1.5 Самостоятельная работа обучающегося .....</b>	<b>11</b>
<b>1.6 Шкала оценивания результата .....</b>	<b>12</b>

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>Цель:</b>	Сформировать представления о принятии маркетинговых решений и развитии маркетинговой компетентности на основе сбора и анализа релевантной информации, развить способности к реализации научно-исследовательских проектов в области маркетинга.
--------------	--

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Маркетинговая компетентность и технологии принятия маркетинговых решений 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
УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 - Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на государственных и (или) иностранном(ых) языке(ах), в том числе с использованием информационных технологий	<p>Знать: источники деловой информации, включая на иностранном языке, подходы к ее анализу и оценке.</p> <p>Уметь: представлять результаты научно-исследовательской работы, используя современные коммуникативные технологии.</p> <p>Владеть: навыками анализа и критической оценки деловой информации в области маркетинга.</p>
ПК-6 - Способен решать профессиональные задачи на основе современных знаний в области теории маркетинга и систематизации и обобщения маркетинговых и управленческих практик	ПК-6.1 - Анализирует, обобщает и систематизирует имеющиеся знания, использует передовые отечественные и зарубежные исследования с целью развития и обмена новыми знаниями	<p>Знать: ресурсный подход к анализу текущего состояния и направлений совершенствования деятельности предприятия.</p> <p>Уметь: планировать этапы проведения научно-исследовательского, аналитического, консалтингового проекта.</p> <p>Владеть: навыками оценки результатов научных исследований в маркетинге и смежных областях, подходами к разработке научно-исследовательских, аналитических, консалтинговых проектов.</p>
УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе	УК-1.1 - Демонстрирует навыки системного и критического мышления и готовность к грамотному,	<p>Знать: сущность понятия информационное общество. Понятия информации, знания, компетентности.</p> <p>Уметь: применять системный подход в анализе</p>

системного подхода, вырабатывать стратегию действий	логичному, аргументированному формированию собственных суждений и анализу информации	информации, необходимой для решения поставленной задачи.  Владеть: принципами формирования теоретической базы исследования и проведения критического обзора литературы с сопоставлением различных источников информации.
ПК-3 - Способен самостоятельно проводить научные исследования в области маркетинга, обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем маркетинга	ПК-3.2 - Критически оценивает результаты научных исследований, проводит анализ, обобщает, систематизирует и оценивает результаты научных исследований в маркетинге, обосновывает актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знать: направления актуальных российских и зарубежных исследований в области маркетинга; информационные источники, необходимые для решения задач управления маркетинговой компетентностью и принятия маркетинговых решений.  Уметь: обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научных исследований.  Владеть: принципами оценки результатов научных исследований в маркетинге.

#### 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. Маркетинг в цифровой экономике: компетенции, тренды и точки роста.	Предмет и задачи курса. Становление информационного общества. Маркетинговая функция предприятия в условиях информационного общества. Современные тренды маркетинга и бизнеса.	4	4		30
Тема 2. Понятие маркетинговой компетентности фирмы и подходы к ее оценке.	Сущность понятий информации, знания, компетентности. Индивидуальная маркетинговая компетентность. Коллективная маркетинговая компетентность фирмы. Оценка уровня индивидуальной маркетинговой компетентности сотрудников. Исследование характеристик процесса формирования маркетинговой компетентности фирмы. Оценка уровня коллективной маркетинговой компетентности подразделения и компании.	4	4		30
Тема 3. Основа маркетинговых решений: актуальный ситуационный анализ.	Процесс управления маркетинговой компетентностью фирмы. Фактор маркетинговой компетентности в управлении развитием организации.	4	4		39
Тема 4. Технологии принятия маркетинговых	Информационные источники данных, необходимых для решения задач управления маркетинговой компетентностью и принятия маркетинговых решений. Содержание	6	12		39

решений.	актуальных российских и зарубежных исследований в области маркетинга. Обоснование актуальности и практической значимости избранной темы научных исследований. Формирование теоретической базы исследования. Типовые ошибки при проведении обзора литературы. Дизайн исследования: определение целей, типа и стратегии исследования, источников информации. Теоретические методы и модели исследуемых процессов, явлений и объектов, относящиеся к сфере маркетинга.				
<b>Контроль:</b>					<b>36</b>
<b>Всего по дисциплине:</b>		<b>18</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>138</b>

\*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
Маркетинг и цифровые коммуникации : учебник / [О.У. Юлдашева и др.] ; под ред. О.У. Юлдашевой.— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2019.	<a href="http://opac.unecon.ru/elibrary ... BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8.pdf">http://opac.unecon.ru/elibrary ... BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8.pdf</a>
Филинов-Чернышев, Николай Борисович. Разработка и принятие управленческих решений : учебник и практикум для вузов / Н. Б. Филинов-Чернышев. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Юрайт, 2022. 324 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/490620">https://urait.ru/bcode/490620</a>
Голубков, Евгений Петрович. Методы принятия управленческих решений в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. 3-е изд., испр. и доп. Москва : Юрайт, 2022. 183 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/489387">https://urait.ru/bcode/489387</a>

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

- LibreOffice
- Figma
- 7-Zip
- ОС Альт образование 10

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

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – <a href="http://www.grebennikon.ru">www.grebennikon.ru</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – <a href="http://www.cyberleninka.ru">www.cyberleninka.ru</a>
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary <a href="http://www.oecd-ilibrary.org">www.oecd-ilibrary.org</a>
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
12.	Электронная библиотека СПБГЭУ – <a href="http://opac.unecon.ru">opac.unecon.ru</a>

## 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. 304 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	196084, г. Санкт-Петербург, Московский пр., д. 103, лит. А, пом. 1Н,

комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 30 посадочных мест; доска меловая 1 шт.; тумба; Компьютер Intel Core 2 Duo E7300 2.6/2Gb/120Gb/Philips, Акустическая система JBL CONTROL 25 WH (пара колонок) - 1 шт., Микшер-усилитель ТА-1120 - 1 шт., Проектор Acer P1201 1*1.55* - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	2Н
Ауд. 401 пом 4 Лаборатория "Лабораторный комплекс".Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 15 посадочных мест; Моноблок FOX MIMO 4450(Pentium G2020 2.9./4Gb/500Gb) - 15 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	196084, г. Санкт-Петербург, Московский пр., д. 103, лит. А, пом. 1Н, 2Н

## 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 Сущность информационного общества.
- 2 Маркетинговая функция предприятия в условиях информационного общества.
- 3 Сущность ресурсного подхода к анализу текущего состояния и направлений совершенствования маркетинговой деятельности.
- 4 Понятия информации, знания, компетентности.
- 5 Индивидуальная маркетинговая компетентность.
- 6 Коллективная маркетинговая компетентность фирмы.
- 7 Информационные источники данных, необходимых для решения задач управления маркетинговой компетентностью.
- 8 Характеристика процесса принятия маркетингового решения.
- 9 Экспертные оценки при принятии маркетинговых решений.
- 10 Понятия проблемы и проблемной ситуации в маркетинговой деятельности.
- 11 Мегатренды рынка.
- 12 Современные инструменты конкуренции.
- 13 Современные модели потребления.
- 14 Навыки будущего: «мягкие» навыки (soft skills) и профессиональные навыки (hard skills).
- 15 Сетевые эффекты на многосторонних рынках.
- 16 Понятие просьюмера.
- 17 Сетевые эффекты на многосторонних рынках.
- 18 Понятие просьюмера.
- 19 Понятие омниканальности и ее отличия от мультиканальности.
- 20 Отличия традиционной экономики от экономики сотрудничества.

## **1.2 Темы письменных работ**

- 1 Особенности маркетинга высокотехнологичной продукции.
- 2 Теоретические основы управления взаимоотношениями с потребителями.
- 3 Особенности развития индивидуальных маркетинговых компетенций.
- 4 Маркетинговая автоматизация процессов.
- 5 Модели поведения потребителей в цифровой среде.
- 6 Теоретические основы оценки и формирования потребительской лояльности на конкретном рынке.
- 7 Особенности клиентоориентированности компаний в цифровой среде.
- 8 Социальные сети как эффективный инструмент продвижения организации.
- 9 Особенности управления потребительским опытом на конкретном рынке.
- 10 Концепция и технологии вовлечения потребителей в совместное создание ценности.
- 11 Модели маркетинга вовлечения потребителей на основе диджитал технологий.
- 12 Феномен просьюмера в экономике сотрудничества.
- 13 Методы изучения поведения онлайн-потребителя.
- 14 Специфика поведения потребителей инновационных товаров.
- 15 Подходы к формированию стратегий Интернет маркетинга на рынке B2B.
- 16 Теоретические основы формирования стратегий управления маркетинговыми каналами.
- 17 Подходы к оценке конкурентоспособности каналов распределения.
- 18 Омниканальный маркетинг как подход к созданию персонализированного

потребительского опыта.

- 19 Организация каналов продаж инновационного продукта в социальных сетях.
- 20 Совершенствование алгоритма вывода новой продукции на российский рынок.
- 21 Потребительская ценность: понятие и методы повышения.
- 22 Концептуальные основы разработки стратегий интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- 23 Формирование маркетинговых стратегий, основанных на использовании эффекта страны происхождения.
- 24 Методология оценки удовлетворенности потребителей в сфере услуг.
- 25 Методы управления HR брендом предприятия.
- 26 Сравнение маркетинговых практик на B2B рынках.
- 27 Управление продвижением бренда организации на рынке.
- 28 Медийная реклама как фактор, влияющий на восприятие бренда.
- 29 Концепции и инструментарий устойчивого маркетинга в условиях цифровой экономики.
- 30 Формирование ценности корпоративного бренда в условиях ориентации на устойчивое развитие.
- 31 Конкурентные модели на рынке цифровых платформ.
- 32 Геймификация как способ повышения лояльности.
- 33 Подходы и инструменты управления впечатлениями.
- 34 Личный бренд и корпоративная репутация: теоретические аспекты.
- 35 Понятие и виды маркетинговых стратегий международных компаний.

### 1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Аналитическая работа	с помощью технических средств и информационных систем	1-3
2	Индивидуальное задание	с помощью технических средств и информационных систем	3-4
3	Текущий контроль	с помощью технических средств и информационных систем	1-4

### 1.4 Другие объекты оценивания

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

### 1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Курсовое проектирование	1-4
Подготовка к экзамену	1-4
Работа с аналитическими базами данных, нормативными документами, справочной литературой	2-4

## 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
$\leq 54$	неудовлетворительно
55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
$\geq 85$	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. Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.