

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Понамарева Ольга Валентиновна

ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

Должность: Проректор по программам дополнительного образования

Дата подписания: 04.12.2024 01:33:20

Уникальный программный ключ:

638f86ebbb318b02f631ad4b9957fc2e62166e7b058f106797a4ae3067c99

Кафедра

Связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по программам
дополнительного образования

О.В. Понамарева

28 ноября 2024



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина

Интернет - маркетинг

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки

Подготовка управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации «Управление проектами»

Тип программы

А

Направление подготовки

Менеджмент

Форма обучения

Очная

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Рабочая программа дисциплины «Интернет - маркетинг» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 №970, и учебного плана по дополнительной профессиональной программе профессиональной переподготовки Подготовка управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации «Управление проектами».

1.1.

Цели

и задачи дисциплины

Цель - сформировать у слушателей знания и навыки в области планирования маркетинговой деятельности в сети Интернет и использования инструментов интернет-маркетинга в деятельности организаций.

Задачи:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- обеспечении внутренней и внешней коммуникации с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- изучение особенностей коммуникационных кампаний и мероприятий, основных аспектов современных компьютерных технологий в рекламе;
- освоение умений под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия, реализовывать проекты, планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в глобальной сети;
- приобретение навыков осуществления профессиональных функций для организации коммуникационных кампаний и мероприятий, использования методов проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в глобальной сети.

1.2.

Место

дисциплины в учебном плане

Учебная дисциплина «Интернет - маркетинг» относится к блоку дисциплин «Сквозные технологии».

1.3.

Связь

с другими дисциплинами учебного плана

Курс основывается на знаниях, полученных при изучении дисциплины «Маркетинг».

1.4. Характеристика формирующихся и (или) подлежащих совершенствованию компетенций

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у слушателей качественного изменения следующей компетенции и индикаторов:

ПК-1 - Способен применять технологии маркетинговых исследований разных видов, в том числе с использованием специализированных программ для сбора информации, с целью выявления новых рыночных возможностей

ПК-1.1 - Организует маркетинговое исследование, в т. ч. с использованием сети Интернет и других цифровых каналов

ПК-1.2 - Проводит сбор и обработку маркетинговых исследований с использованием инструментов аналитики данных, с целью выявления новых рыночных возможностей

1.5. Планируемые результаты обучения

Шифр и название компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен применять технологии маркетинговых исследований разных видов, в том числе с использованием специализированных программ для сбора информации, с целью выявления новых рыночных возможностей	ПК-1.1 Организует маркетинговое исследование, в т. ч. с использованием сети Интернет и других цифровых каналов	Знать: - инструменты интернет-маркетинга; Уметь: - подбирать под требования заказчика и рыночных условий инструменты интернет-маркетинга Владеть: - навыками организации маркетингового исследования с использованием инструментов интернет-маркетинга.
	ПК-1.2 Проводит сбор и обработку маркетинговых исследований с использованием инструментов аналитики данных, с целью выявления новых рыночных возможностей	Знать: - технологии проведения маркетинговых исследований Уметь: - обрабатывать результаты маркетинговых исследований; Владеть: - навыками обработки результатов маркетинговых исследований .

1.6. Трудоемкость обучения

Нормативный срок усвоения дисциплины – 36 часов, включая все виды аудиторной и самостоятельной работы слушателя и время, отводимое на контроль качества освоения слушателем программы.

2. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины

№	Наименование разделов, дисциплин	Общая трудоемкость, (в часах)	Аудиторные занятия, (в часах)			Самостоятельная работа		Формы текущего контроля	Формируемые компетенции
			Всего, в т.ч.:	Лекции	Практические занятия	в часах	формы организации самостоятельной работы		
1	Тема 1. Цели, задачи и современные направления Интернет-маркетинга	6	4	-	4	2	Повторение пройденного материала	Устный опрос	ПК-1.1
2	Тема 2. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет	6	2	-	2	4	Повторение пройденного материала, изучение дополнительного теоретического материала, подготовка докладов	Устный опрос Выступление с докладом	ПК-1.1
3	Тема 3. Организация и ценовые стратегии Интернет-маркетинга	6	2	-	2	4	Повторение пройденного материала, изучение дополнительного теоретического материала, подготовка докладов	Выступление с докладом	ПК-1.1
4	Тема 4. Проведение маркетинговых исследований	8	4	-	4	4	Повторение пройденного	Тест Выступление с	ПК-1.1, ПК-1.2

	в Интернете						материала, изучение дополнительного теоретического материала, подготовка докладов, подготовка к тесту	докладом	
5	Тема 5. Маркетинговые коммуникации в Интернете	6	4	-	4	2	Повторение пройденного материала	Проверка выполненных заданий Выступление с докладом	ПК-1.1
Итоговый контроль Зачет с оценкой		4	-	-	-	4	Повторение пройденного материала, изучение дополнительного теоретического материала, подготовка докладов, подготовка к практическим заданиям	-	-
Всего:		36	16	-	16	20			

2.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Цели, задачи и современные направления Интернет-маркетинга

Роль информационных технологий в глобальной экономике. История Интернета. Становление Интернет-маркетинга как важнейшего направления маркетинговой деятельности компаний. Эволюция концепций Интернет-маркетинга. Составляющие Интернет-маркетинга. Социальные сети как инструмент продвижения товаров и услуг. Тенденции развития Интернет-маркетинга в России.

Тема 2. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет

Понятие стратегии Интернет-маркетинга. Виды стратегий Интернет-маркетинга. Основные этапы разработки стратегии Интернет-маркетинга. Постановка целей Интернет-маркетинга.

Тема 3. Организация и ценовые стратегии Интернет-маркетинга

Принципы построения сети Интернет. Службы Интернета. Методы обеспечения безопасности в сети Интернет. Платежные Интернет-системы. Коммуникативные характеристики Интернета. Интернет-аудитория. Навигация пользователей в Интернете. Управление взаимоотношениями с клиентами. Формирование ценовой политики. Определение цены. Интернет-аукционы.

Тема 4. Проведение маркетинговых исследований в Интернете

Маркетинговая информационная система. Особенности организации маркетинговых исследований в Интернете. Инструменты и средства, которыми обладает Интернет для проведения маркетинговых исследований. Методы поиска информации в Интернете. Проведения опросов в Интернете. Их особенности. Сбор маркетинговой информации о пользователях Интернета.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации в Интернете

Маркетинговые коммуникации и методы продвижения продукции в Интернете. Поисковый маркетинг SEM для привлечения целевых посетителей. Роль социальных сетей как современного инструмента коммуникации с целевыми аудиториями.

2.4. Самостоятельная работа слушателей

В рамках данной дисциплины слушатели выполняют самостоятельную внеаудиторную работу в виде повторения пройденного материала по всем темам и подготовки к контрольному мероприятию.

2.4. Образовательные технологии:

При изучении данной дисциплины используются различные образовательные технологии:

- традиционные образовательные технологии;
- технологии проблемного обучения;
- технологии проектного обучения;
- интерактивные технологии;
- информационно-коммуникационные образовательные технологии;
- «кейс-стади»;
- компьютерные тренажеры;
- экспертные консультации;
- проектная деятельность;
- семинар-дискуссия;
- практическое занятие в форме презентации – представление результатов проектной деятельности с использованием специализированных программных сред.

Современные информационные технологии обучения применяются на каждом занятии, среди них:

- проведение электронных презентаций, демонстрация и разбор видео-кейсов преподавателем с использованием мультимедийного оборудования;
- использование мультимедийных учебников, электронных версий эксклюзивных курсов в преподавании дисциплины;
- использование медиаресурсов, энциклопедий, электронных библиотек и Интернет;
- проведение электронных презентаций рефератов, докладов и выпускных аттестационных работ;
- решение юридических, экономических (других) задач с применением справочной системы «Консультант +»;
- консультирование слушателей с использованием электронной почты;
- использование программно-тестовых заданий для проверки знаний слушателей.

3. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Формы аттестации

Текущий контроль. Во время прохождения дисциплины слушатели выполняют практические задания в аудитории и самостоятельно. Результаты выполнения заданий являются

основанием для выставления оценок текущего контроля по данной учебной дисциплине. Выполнение всех заданий является обязательным для всех слушателей. Слушатели, не выполнившие в полном объеме все задания, не допускаются к сдаче зачета с оценкой по данной учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация. Для контроля усвоения слушателями данной дисциплины учебным планом предусмотрен зачет с оценкой. До зачета с оценкой допускаются слушатели, выполнившие все задания во время практических занятий в аудитории и самостоятельно. При выставлении оценки за дисциплину учитываются результаты текущего контроля.

3.2. Оценочные материалы

Список вопросов для подготовки к зачету с оценкой:

1. Роль информационных технологий в глобальной экономике
2. Становление Интернет-маркетинга как важнейшего направления маркетинговой деятельности компаний
3. Эволюция концепций Интернет-маркетинга
4. Составляющие Интернет-маркетинга.
5. Социальные сети как инструмент продвижения товаров и услуг
6. Тенденции развития Интернет-маркетинга в России
7. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет
8. Понятие стратегии Интернет-маркетинга
9. Виды стратегий Интернет-маркетинга
10. Основные этапы разработки стратегии Интернет-маркетинга
11. Постановка целей Интернет-маркетинга
12. Принципы построения сети Интернет
13. Службы сети Интернет
14. Методы обеспечения безопасности в сети Интернет
15. Платежные Интернет-системы
16. Коммуникативные характеристики Интернета
17. Понятие Интернет-аудитории
18. Основные направления Интернет-аудитории
19. Навигация пользователей в сети Интернет
20. Основная характеристика понятия Интернет
21. Интернет-маркетинг на рынке труда
22. Управление взаимоотношениями с клиентами в сети Интернет
23. Формирование ценовой политики в сети Интернет

24. Определение цены в сети Интернет
25. Интернет-аукционы
26. Маркетинговая информационная система
27. Особенности организации маркетинговых исследований в Интернете
28. Инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований
29. Методы поиска информации в Интернете
30. Проведения опросов в сети Интернет
31. Сбор маркетинговой информации о пользователях Интернета
32. Маркетинговая аналитика как инструмент
33. Маркетинговые коммуникации в Интернете
34. Маркетинговые коммуникации и методы продвижения продукции в Интернете
35. Поисковый маркетинг SEM для привлечения целевых посетителей
36. Роль социальных сетей как современного инструмента коммуникации с целевыми аудиториями
37. Понятие эффективности мероприятий Интернет-маркетинга
38. Особенности эффективности мероприятий Интернет-маркетинга
39. Аналитический отчет как элемент оценки рекламных кампаний в сети Интернет
40. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов

3.3. Критерии оценивания различных форм контроля

Ответ слушателя на зачете с оценкой оценивается одной из следующих оценок: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», которые выставляются по следующим критериям.

Оценки «отлично» заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой. Как правило, отличная оценка выставляется слушателям, усвоившим взаимосвязь основных понятий курса, их значение для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала, знающим точки зрения различных авторов и умеющим их анализировать.

Оценка «хорошо» выставляется слушателям, обнаружившим полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную кафедрой. Этой оценки, как правило, заслуживают

слушатели, демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

На «удовлетворительно» оцениваются ответы слушателей, показавших знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется слушателям, допустившим погрешности в ответе на зачете с оценкой и при выполнении заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что слушатель обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателям, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы слушателей, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда слушатель не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что слушатель не может дальше продолжать обучение или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Материально-техническое обеспечение

Для проведения занятий лекционного типа по данной дисциплине используются аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью.

Для проведения занятий семинарского типа (практических занятий) по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для самостоятельной работы слушателей используется помещение для самостоятельной работы слушателей, оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук).

Перечень лицензионного программного обеспечения

№ п/п	Наименование	Тип ресурса
1	Microsoft Windows	Лицензионное соглашение Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions №V8265046 Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020. Период действия договора бессрочный
2	Microsoft Office	
3	Microsoft Office Visio	
4	СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства	Лицензионный договор ООО "Консультант Плюс Тольятти" договор № 251 от 01.01.2024 (лицензия бессрочная, договор ежегодно продлеваемый)
5	Антивирус Касперского отечественного производства	СЛД АО «СофтЛайн Трейд» договор №Tr000840657 от 04.12.2023, лицензия №17Е0-231207-081245-920 Срок действия договора до 11.02.2026

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

- СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства в свободном доступе в интернет;
- 7-Zip – архиватор;
- Google Chrome - бесплатный веб-браузер;
- Сервисы Google – облачные сервисы.

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум и др.)	Количество в библиотеке
1.	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 347 с. - ISBN 978-5-394-04250-8. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=431493	учебник	ЭБС Znanium
2.	Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса : учебное пособие / Ю. Д. Романова [и др.]. - Москва : Инфра-М, 2023. - 256 с. - ISBN 978-5-16-108517-2 (online). - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=444262	учебное пособие	ЭБС Znanium
3.	Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг : монография / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. - Москва : Инфра-М, 2024. - 351 с. - ISBN 978-5-16-100015-1 (online). - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=436663	монография	ЭБС Znanium

Дополнительная литература

1. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учеб. пособие / К. Я. Ветцель. - Красноярск : СФУ, 2018. - 176 с. - ISBN 978-5-7638-4010-0. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=380323>.
2. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В. Д. Секерин. - Москва : Инфра-М, 2024. - 237 с. - ISBN 978-5-16-111767-5 (online). - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431110>.
3. Ткаченко, Е. А. Ловись, клиент, большой и маленький : пособие для интернет-маркетологов / Е. А. Ткаченко, К. А. Захарова. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 211 с. - ISBN 978-5-9729-0352-8. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1053376>.
4. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. - Москва : Инфра-М, 2024. - 417 с. - ISBN 978-5-16-106396-5 (online). - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=436774>.

Периодические издания:

1. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика : науч. журнал. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/9005>
2. Вопросы экономики : аналит. журнал. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/6645>
3. Менеджмент в России и за рубежом : журнал. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/18786>
4. Российский экономический журнал : журнал. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/19126>

Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные библиотечные системы:

1. ИВИС : информационные услуги. – URL : <https://eivis.ru/basic/details>.
2. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека. – URL: <https://elibrary.ru/>.
3. ZNANIUM.COM: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.ru>.
4. Консультант плюс : справочно-правовая система. – URL: <http://www.consultant.ru/>; T:\consultantplus\cons.exe.
5. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp>.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СЛУШАТЕЛЕЙ ПО ОСВОЕНИЮ

ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение слушателями дисциплины предполагает посещение лекций и практических занятий, участие в устных теоретических опросах, выполнение практических и индивидуальных заданий, тестов, участие в коллективных разработках, выступления с докладами. При подготовке к лекции и для выполнения самостоятельной работы слушателю необходимо прочитать материал предыдущей лекции, стремясь к пониманию всех понятий и утверждений. По дисциплине проводятся следующие виды лекций: лекция-презентация – лекция информационного характера, предполагающая объяснения преподавателя с иллюстративным изложением материала; лекция с элементами обратной связи – лекция, на которой преподаватель производит изложение учебного материала, используя краткие ответы на вопросы, как правило, в начале лекции или в начале какого-либо раздела лекции, и групповое обсуждение отдельных «проблемных» мест, что предполагает подготовку и самостоятельное изучение слушателями теоретического материала по заявленной преподавателем теме; интерактивная лекция – лекция, на которой изучаемый материал представляют слушатели в виде докладов-эссе по заранее выданным темам.

При работе над докладами-эссе слушателям следует самостоятельно проводить анализ поставленной проблемы с использованием аналитического инструментария, строить логические выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Объем доклада-эссе не должен превышать 3-4 страниц печатного текста. Результаты запланированных в дисциплине докладов-эссе должны быть оформлены в соответствии с требованиями Академии к оформлению текстовых документов. Выступление с докладом и устные ответы на вопросы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении зачета.

Освоение дисциплины предполагает выполнение практических заданий (практики) во время контактной работы с преподавателем либо в часы самостоятельной работы. Все

практические задания дисциплины базируются на использовании результатов реальных статистических отчетов, предоставляемых преподавателями во время занятий и размещенных в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Выполненные практические работы сдаются на проверку преподавателю одним из следующих способов: сохранение в электронной информационно-образовательной среде, отправка преподавателю на почтовый ящик. При отправке преподавателю выполненной работы по почте слушателям следует обеспечить личную идентификацию. Как правило, в теме или тексте письма указывается курс, ФИО слушателя, дисциплина, тема, по которой выполнена работы. Отдельные практические работы могут быть проверены преподавателем непосредственно в аудитории. Результаты проверки выполненных работ доводятся до сведения слушателя во время аудиторных занятий, в часы КСР, размещаются в электронной информационно-образовательной среде.

Для закрепления приобретенных знаний, умений и навыков, для развития способностей к самообучению в дисциплине предусмотрена самостоятельная работа. Самостоятельная работа может выполняться слушателем дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Для успешного выполнения самостоятельной работы слушателям рекомендуется заранее ознакомиться с перечнем заданий и графиком ее выполнения. Подготовка к лекциям и практическим занятиям с последующим участием в устном опросе предполагает: систематическое чтение конспектов лекций, учебников и источников дополнительной литературы; работу со справочниками и нормативными документами; аналитическую обработку, составление таблиц и схем для систематизации изученного материала; ответы на контрольные вопросы и составление плана и/или тезисов ответов; решение тренировочных задач. Подготовка к тестированию предполагает: чтение конспекта лекций, учебников и источников дополнительной литературы для поиска ответов на примерные вопросы теста; составление плана и/или тезисов ответов.

Для выполнения практических заданий самостоятельной работы по данной дисциплине в домашних условиях (за пределами Академии) слушателю необходим персональный компьютер (планшет) и программный пакет Microsoft Office не ниже 10 версии. Самостоятельная работа сопровождается методическими указаниями, размещенными в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Методические указания содержат формулировку задания, примерную технологию выполнения, формат сдачи выполненной работы. Преподаватель во время аудиторных занятий заранее обсуждает со слушателями задание самостоятельной работы и порядок ее сдачи. Консультации по выполнению самостоятельных работ, обсуждение отметок и допущенных ошибок, защита отдельных видов

самостоятельных работ осуществляется во время КСР на кафедре управления и связей с общественностью или в аудитории по расписанию. Консультации преподавателя по выполнению самостоятельной работы могут осуществляться посредством асинхронного (почта, ЭИОС) и синхронного (zoom, сети) коммуникационного взаимодействия по предварительной договоренности с преподавателем. Выполняемые самостоятельные работы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении зачета.

Формой промежуточного контроля выступает зачет. Зачет выставляется по результатам текущего контроля, которые озвучиваются на последнем очном занятии. Критерии выставления оценки озвучиваются преподавателем на первых занятиях по дисциплине.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Составитель:

Ю.Р.Шнякина, к.э.н., доцент



(подпись)

Заведующий кафедрой:

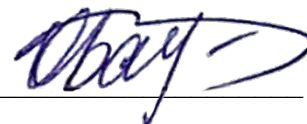
Ю.Р.Шнякина, к.э.н., доцент



(подпись)

Директор БИК:

О.В. Балакина



(подпись)

Начальник ООУП
С.В.Фирсова



(подпись)