



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭиАС

С.И. Лукьянов

«26» 02 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Направление подготовки (специальность)
38.03.05 Бизнес-информатика

Уровень высшего образования – бакалавриат

Программа подготовки – академический бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт
Кафедра
Курс
Семестр

Институт энергетики и автоматизированных систем
Бизнес-информатики и информационных технологий
4
8

Магнитогорск
2020 г.

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (уровень бакалавриата) утвержденного приказом МОиН РФ от 11.08.2016 г. № 1002.


Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных технологий 11.01.2020 г., протокол № 6.

Зав. кафедрой  / Г.Н. Чусавитина /

Рабочая программа одобрена методической комиссией Института энергетики и автоматизированных систем « 26 » 02 2020 г., протокол № 5.

Председатель  / С.И. Лукьянов /

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры БИиИТ, канд. пед. наук  / Л.З. Давлеткиреева /

Рецензент:

руководитель группы анализа
ИТ-проектов ЗАО «КОНСОМ СКС»  / В.А. Ошурков /

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2021 - 2022 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных тех-

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных тех-

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных тех-

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных тех-

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целью дисциплины является получение студентами знаний о принципах работы в сети, формирование у студентов знаний, навыков и компетенций, необходимых для организации эффективной деятельности, а также продвижения компаний и продуктов в Интернете.

Задачи изучения дисциплины заключаются в приобретении студентами знаний и практических навыков в области, определяемой основной целью курса, а именно:

- знать основные средства и инструменты продвижения и продаж в Интернете, инструменты лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;
- уметь делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;
- владеть методами анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете.;
- оперировать техническими, алгоритмическими, программными и технологическими решениями, используемыми в области интернет-рекламы;
- развивать у студентов умений методического и прикладного характера, необходимых в интернет-рекламе;
- применять инструменты интернет-рекламы, используемые в области, изучаемой в рамках данной дисциплины.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы подготовки бакалавра (магистра, специалиста)

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 «Интернет-маркетинг и реклама» строится на основе уже изученных базовых дисциплин: «Управление ИТ-проектами», «Маркетинг», «Методологии и инструментальные средства моделирования бизнес-процессов».

Данная дисциплина тесно связана с дисциплиной «Проектная деятельность» и при этом преследуется принцип преемственности.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «КИС» обучающийся должен обладать следующими компетенциями: ОПК-3; ПК-2; ПК-3

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
ОПК-3 - способностью работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях	
Знать	- способы и средства получения, хранения, переработки информации
Уметь	- применять прикладные программы для поиска информации в глобальных компьютерных сетях
Владеть	- навыками работы с компьютером как средством управления информацией в сети;
ПК-2 – проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий	
Знать	– рыночные возможности для формирования бизнес-идеи
Уметь	– анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
Владеть	– навыками анализа потребительского поведения и формулировки бизнес-идеи
ПК-3- выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом	
Знать	– принципы выбора рациональных решений для продвижения бизнеса в сети
Уметь	– формулировать требования к выбору ИКТ для рекламы бизнеса в сети
Владеть	– начальными навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей и бизнес-идей для управления бизнесом

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц 252 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 91,4 акад. часов;
- аудиторная – 88 акад. часов;
- внеаудиторная – 3,4 акад. часов
- самостоятельная работа – 124,9 акад. часов;

Форма аттестации - экзамен

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практ. занятия				
Раздел 1 Особенности формирования целевой аудитории в Интернете	8							
Тема 1.1 Типы целевых аудиторий	8	1	2		4	Поиск дополнительной информации по теме	Тестирование (нулевой срез). Проверка интеллектуальной карты	ОПК-3зув
Тема 1.2. Каналы привлечения пользователей	8	1	4		6	Подготовка доклада	Дискуссия	ПК-2зу
Тема 1.3. Виды оплаты в Интернете.	8	2	4		10	Поиск дополнительной информации по теме	Практическое задание	ПК-3зув
Итого по разделу 1	8	4	10		20	Подготовка к тестированию	Тест по разделу	
Раздел 2 Инструменты Интернет-маркетинга	8							
Тема 2.1. Традиционные и новые маркетинговые инструменты в Интернете	8	1	4		10	Подготовка к лабораторному занятию	Самоотчет по лабораторной работе	ПК-2 зув
Тема 2.2. Инструменты лидогенерации	8	1	6		10	Подготовка к лабораторному занятию	Самоотчет по лабораторной работе	ПК-2 зув
Итого по разделу 2	8	2	10		20	Подготовка к тестированию	Тест по разделу	
Раздел 3 Монетизация Интернет-проектов	8							
Тема 3.1. Интернет-магазин как новая форма торговой площадки	8	2	2		10	Разработка интеллектуальной карты к теме	Проверка интеллектуальной карты понятия	ПК-2 зув

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
							тый раздела	
Тема 3.2. Интернет-аукционы.	8	1	4		10	Подготовка к лабораторному занятию	Самоотчет по лабораторной работе	ПК-3 зув
Тема 3.3. Digital маркетинг	8	1	4		10	Подготовка итоговой работы	Практическое задание	ПК-3 зув
Итого по разделу 3	8	4	10		30	Подготовка к тестированию	Тест по разделу	
Раздел 4 Анализ эффективности Интернет-рекламы	8							
Тема 4.1. Анализ и выбор показателей эффективности разных видов в Интернете	8	2	<u>6</u> 3и		15,8	Поиск дополнительной информации по заданной теме	Беседа на лекции	ПК-2 зув ПК-3 зув
Тема 4.2. Показатели вэб-аналитики	8	2	<u>6</u> 3и		10	Подготовка к лабораторному занятию	Самоотчет по лабораторной работе	ПК-2 зув ПК-3 зув
Тема 4.3 Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи	8	2	<u>6</u> 3и		10	Подготовка к лабораторному занятию	Самоотчет по лабораторной работе	ПК-2 зув ПК-3 зув
Тема 4.4 Инструменты интернет-рекламы, их сущность и особенности	8	2	<u>6</u> 3и		10	Подготовка к лабораторному занятию	Самоотчет по лабораторной работе	ПК-2 зув ПК-3 зув
Тема 4.5 Реклама в социальных сетях и блогах	8	2	<u>6</u> 3и		10	Подготовка к лабораторному занятию	Самоотчет по лабораторной работе	ПК-2 зув ПК-3 зув
Тема 4.6 Сущность, цели и задачи SMM	8	2	<u>6</u> 3и		10	Подготовка к лабораторному занятию	Самоотчет по лабораторной работе	ПК-2 зув ПК-3 зув
Итого по разделу	8	12	<u>36</u> 18и		65,7	Формирование контрольной работы	Проверка контрольной работы	

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
Итого по дисциплине	252	22	66 18и		124,9	Итоговая проектная работа	Экзамен	

5 Образовательные и информационные технологии

В ходе проведения лекционных занятий предусматривается:

- использование мультимедийных презентаций по всем темам дисциплины;
- организация дискуссий по теме «Эффект выгорания баннерной рекламы, баннерная слепота».

– творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа студентов включающая в себя поиск, анализ, структурирование и презентация информации по теме занятий (или индивидуальных заданий), участие в олимпиадах; анализ научных публикаций по заранее определенной преподавателем теме..

В ходе проведения всех лабораторных занятий предусматривается использование средств вычислительной техники при выполнении индивидуальных заданий и контрольной работы.

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся применяются интерактивные формы обучения на аудиторных занятиях. Учебный процесс, опирающийся на использование интерактивных методов обучения, организуется с учетом включенности в процесс познания всех студентов группы без исключения. Совместная деятельность означает, что каждый вносит свой особый индивидуальный вклад, в ходе работы идет обмен знаниями, идеями, способами деятельности.

Организуется индивидуальная, парная и групповая работа, используется проектная работа, ролевые игры, осуществляется работа с документами и различными источниками информации. Интерактивные методы основаны на принципах взаимодействия, активности обучаемых, опоре на групповой опыт, обязательной обратной связи. Создается среда образовательного общения, которая характеризуется открытостью, взаимодействием участников, равенством их аргументов, накоплением совместного знания, возможностью взаимной оценки и контроля.

Текущий, промежуточный и рубежный контроль проводится с помощью сервисов образовательного портала.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

б) порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Методические рекомендации для подготовки к экзамену

При подготовке к экзамену особое внимание следует обратить на следующие моменты:

- выполнение лабораторных заданий оказывает положительное влияние на усвоение теоретического материала;
- индивидуальные домашние задания выполняются на примере реальных предметных областей, допускается самостоятельный выбор предметной области;
- при подготовке ответов следует активно использовать материалы индивидуальных домашних заданий и электронных презентаций.

Критерии оценки (в соответствии с формируемыми компетенциями и планируемыми результатами обучения):

– на оценку **«отлично»** – студент должен показать высокий уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– на оценку **«хорошо»** – студент должен показать знания не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам;

– на оценку «удовлетворительно» – студент должен показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, интеллектуальные навыки решения простых задач;

– на оценку «неудовлетворительно» – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Калиногорский, Н.А. Интернет-технологии : учеб. пособие / С.Р. Гуриков. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 184 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/995496>.

2. Малышева, Е.Н. Web-технологии : учеб. пособие для обучающихся по направлениям подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность», 46.03.20 «Документоведение и архивоведение», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Е.Н. Малышева. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2018. - 116 с. - ISBN 978-5-8154-0449-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1041185>

б) Дополнительная литература:

1. WEB-инжиниринг: Учебное пособие / Лавлинский В.В., Табаков Ю.Г. - Воронеж:ВГЛУ им. Г.Ф. Морозова, 2013. - 268 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/858312>

2. Web-аппликации в Интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: Практическое пособие / Винарский Я.С., Гутгарц Р.Д. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 269 с.: 60x90 1/16. - (Просто, кратко, быстро) (Обложка) ISBN 978-5-16-010065-4 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/468977>

3. Компьютерные сети : учеб. пособие / Н.В. Максимов, И.И. Попов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 464 с. — (Среднее профессиональное образование). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/983166>

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: http://window.edu.ru/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа

Специализированная (учебная) мебель (столы, стулья, доска аудиторная), мультимедийное оборудование (проектор, компьютер, экран) для презентации учебного материала по дисциплине;

Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Специализированная (учебная) мебель (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры объединенные в локальные сети с выходом в Internet и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, оснащенные современными программно-методическими комплексами

Аудитории для самостоятельной работы (компьютерные классы; читальные залы библиотеки)

Специализированная (учебная) мебель (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры объединенные в локальные сети с выходом в Internet и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, оснащенные современными программно-методическими комплексами

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

Мебель (столы, стулья, стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации), персональные компьютеры.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Раздел 1. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете

Тема 1. Типы целевых аудиторий

Тема 2. Каналы привлечения пользователей

Тема 3. Виды оплаты в Интернете.

Практическое занятие представляет собой дискуссию по заданным темам на основе, подготовленных студентами докладов. Доклад по времени не должен занимать более 5 минут и должен содержать анализ различных точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области Интернет-продаж.

Раздел 2. Инструменты Интернет-маркетинга

Тема 1. Традиционные маркетинговые инструменты в Интернете

Тема 2. Инструменты лидогенерации

Тема 3. «Новые» инструменты Интернет-маркетинга.

Практическое занятие представляет собой дискуссию по заданным темам на основе, подготовленных студентами докладов. Доклад по времени не должен занимать более 5 минут и должен содержать анализ различных точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области Интернет-продаж.

Раздел 3. Монетизация Интернет-проектов

Тема 1. Интернет-магазин как новая форма торговой площадки

Тема 2. Интернет-аукционы.

Тема 3. Digital маркетинг

Практическое занятие представляет собой дискуссию по заданным темам на основе, подготовленных студентами презентаций. Презентация по времени не должна занимать более 5 мин. и должна содержать разработанный комплекс для выбранного интернет-проекта.

Раздел 4. Анализ эффективности деятельности компании в Интернете.

Тема 1. Анализ и выбор показателей эффективности разных видов в Интернете

Тема 2. Показатели вэб-аналитики

Тема 3. Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи

Тема 4 Инструменты интернет-рекламы, их сущность и особенности

Тема 5 Реклама в социальных сетях и блогах

Тема 6 Сущность, цели и задачи SMM

Практическое задание представляет собой готовую маркетинговую программу для применения инструментов рекламы в сети.

- Контекстная реклама.
- Поисковая реклама как частный случай контекстной.
- Баннерная реклама.
- E-mail реклама.
- Дискуссионные листы.
- Спам.
- Реклама в социальных сетях и блогах.
- Вирусный маркетинг.
- Ретаргетинг.
- Лидогенерация.
- RTB.

В итоге студенты выполняют работу и представляют итоговую презентацию.

Оценка выставляется по 10-ти балльной системе в соответствии со следующими критериями:

- Высшая оценка в 10 баллов выставляется при отличном выполнении задания, включающим не только ответы на вопросы, но и дополнительный к лекционному материал по заданному вопросу.

- Оценка в 8-9 баллов выставляется при наличии правильных ответов на вопросы, включающим полный лекционный материал.
- Оценка в 6-7 баллов выставляется при наличии ярко выраженных неточностей в ответах на вопросы (относящихся к сути решения).
- Оценка в 5 баллов выставляется в случаях, когда в ответах имеются ошибки, свидетельствующие о недостаточном понимании вопросов и требующие дополнительного обращения к тематическим материалам.
- Оценка в 4 балла выставляется при наличии серьезных ошибок и пробелов в знаниях по контролируемой тематике.
- Оценка в 3 балла выставляется при наличии лишь отдельных положительных моментов в представленной работе.
- Оценка в 1-2 балла выставляется при полном отсутствии положительных моментов в представленной работе.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ОПК-3 - способностью работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях		
Знать	- способы и средства получения, хранения, переработки информации	<i>Примерный перечень вопросов к экзамену</i> 1. Основные принципы и методы поддержки сайтов. 2. Способы монетизации интернет-проектов.
Уметь	- применять прикладные программы для поиска информации в глобальных компьютерных сетях	<i>Примерные практические задания для экзамена</i> Провести анализ различных программ для продвижения бизнеса в сети.
Владеть	- навыками работы с компьютером как средством управления информацией в сети;	<i>Индивидуальное проектное задание</i> Выбор подходящей рекламы для предметной области: Контекстная реклама. Поисковая реклама как частный случай контекстной. Баннерная реклама.
ПК-2 – проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий		
Знать	– рыночные возможности для формирования бизнес-идеи	<i>Примерный перечень вопросов к экзамену</i> 1. SEO - оптимизация. Преимущества и недостатки использования. 2. Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде. 3. Новые виды Интернет-маркетинга и лидогенерации. 4. Основные принципы и методы поддержки сайтов. 5. Способы монетизации интернет-проектов. 6. Электронная коммерция. Виды электронной коммерции. 7. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете. 8. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов в Интернете. 9. Конкурс как инструмент лидогенерации.

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
Уметь	– анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса	Примерные практические задания для экзамена Проанализировать потребности потребителей выбранной сферы деятельности, выявить ценность для потребителя.
Владеть	– навыками анализа потребительского поведения и формулировки бизнес-идеи	Индивидуальное проектное задание Построить модель потребителя с точки зрения знания потребителей в данной области, через воспринимаемую ценность и типы потребительских решений, при этом учесть удовлетворенность и лояльность.
ПК-3- выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом		
Знать	– принципы выбора рациональных решений для продвижения бизнеса в сети	Примерный перечень вопросов к экзамену 1. Формы продаж в Интернете. 2. Основные виды рекламных носителей в Интернете. 3. Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете. 4. Социальные сети в лидогенерации. Определение, цели, применение. 5. Конференции, семинары, тематические форумы. 6. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение. 7. Управление мнением сообществ в социальных сетях. 8. Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение. 9. Электронные платежные системы. Сущность, цели, виды, применение. 10. Современные технологии в электронном бизнесе. 11. Показатели эффективности деятельности компании в SMM.
Уметь	– формулировать требования к выбору ИКТ для рекламы бизнеса в сети	Примерные практическое задание Сформулировать направления для продвижения товаров/услуг в выбранной предметной области: медицина, образование, телекоммуникации, транспорт.
Владеть	– начальными навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей и бизнес-идей для управления бизнесом	Индивидуальное проектное задание Представить новые рыночные возможности для продвижения товаров/услуг в выбранной предметной области: медицина, образование, телекоммуникации, транспорт.

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена за 8 семестр.

Критерии оценки экзамена

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде экзамена выставляется студенту по результатам текущего и рубежного контроля в форме тестирования с открытыми и закрытыми вопросами, выполнения лабораторных и домашних контрольных работ, и других контрольных мероприятий, запланированных в рабочей программе дисциплины.

Во время экзамена может проводиться дополнительный контроль, в том числе в форме теста.

Полученные интегральные оценки за образовательные результаты суммируются и находится среднее арифметическое.

«отлично» - средняя оценка не менее 4.75 и нет ни одной неудовлетворительной оценки за компоненты компетенций.

«хорошо» - средняя оценка не менее 4.0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки за компоненты компетенций.

«удовлетворительно» - средняя оценка не менее 3.0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки за компоненты компетенций.

«Незачтено» - средняя оценка $< 3,0$ или присутствует хотя бы одна неудовлетворительная оценка за компоненты компетенций.