

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 14 » апреля 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Интернет - маркетинг (продвинутый курс)
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: магистратура
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 108 (3)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
(код и наименование направления)

Направленность: Стратегический менеджмент и управление инновациями
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цели дисциплины:

ознакомление студентов с широкими возможностями маркетинговой деятельности в Интернете – стратегией и планированием маркетинговой деятельности организации в Интернете, маркетинговыми исследованиями в Интернете, контент-маркетингом, онлайн-продвижением.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний об интернет-стратегии, постановке целей и задач в Интернет-маркетинге;
- формирование умений планирования маркетинговой деятельности организации в Интернете, проведения программы онлайн-продвижения;
- формирование навыков проведения маркетинговых исследований в Интернете, создания посадочных страниц, создания и настройки контекстной рекламы с последующей оценкой эффективности результатов.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- маркетинговая деятельность организации;
- маркетинговые исследования;
- глобальная среда Интернет;
- веб-сайт организации;
- управление деятельностью в сфере продвижения организации, ее товаров и услуг;
- методы и приёмы маркетинга в Интернете.

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-2	ИД-1ОПК-2.	Знает современные техники методики сбора данных из поисковых систем и сайтов, продвинутые методы их обработки и анализа	Знает современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа	Индивидуальное задание
ОПК-2	ИД-2ОПК-2.	Умеет использовать необходимые интернет-сервисы при анализе сайтов для решения управленческих и исследовательских задач	Умеет использовать интеллектуальные информационно – аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач.	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-2	ИД-3ОПК-2	Владеет навыками применения систем управления базами данных в сфере интернет-маркетинга	Владеет навыками применения систем управления базами данных в сфере экономики и управления.	Индивидуальное задание
ПКО-1	ИД-1 пко-1	Знает методологические основы проведения технического и маркетингового анализа сайтов	Знает методологические основы проведения анализа системы и среды ее функционирования	Индивидуальное задание
ПКО-1	ИД-2 пко-1	Умеет разрабатывать методы и модели создания системы управления процессами интернет-маркетинга	Умеет разрабатывать методы и модели создания системы управления процессами стратегического планирования производственных ресурсов и производственных мощностей	Индивидуальное задание
ПКО-1	ИД-3 пко-1	Владеет навыками обеспечения правильного сочетания экономических и административных методов руководства, единоначалия и коллегиальности при постановке технических задач на разработку сайта	Владеет навыками обеспечения правильного сочетания экономических и административных методов руководства, единоначалия и коллегиальности	Индивидуальное задание

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		1	2
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	44	44	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	26	26	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	64	64	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
2-й семестр				
Модуль 1. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности компании в Интернете	4	0	8	20
Тема 1. Бизнес в Интернете. Бизнес-модели организаций в Интернет: модели поддержки существующего бизнеса и модели создания нового бизнеса. Электронная коммерция. Компоненты бизнес-модели электронного бизнеса. Тема 2. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности компании в Интернете. Анализ конкурентов, рынка и целевой аудитории. Определение стратегии, постановка целей и задач в Интернет-маркетинге. Стратегии маркетинговой деятельности организации в Интернете.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Модуль 2. Маркетинговые исследования в Интернете	6	0	8	22
Тема 3. Организация проведения маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований в интернете. Основные методы исследований. Конкурентная разведка, бенчмаркинг. Контроль при проведении маркетинговых исследований в Интернете. Тема 4. Методы поиска информации в Интернете. Методы получения первичной информации средствами сети Интернет. Опросы в сети, сервисы проведения опросов. Средства для составления анкет и сбора данных. Поиск по нетекстовой информации. Поиск маркетинговой информации в блог-сфере. Инструментарий и способы анализа целевой аудитории в Интернете.				
Модуль 3. Контент-маркетинг. Интеграция offline и online продвижения. Веб-аналитика.	6	0	10	22
Тема 5. Контент-маркетинг. Основные правила написания текстов для Интернет пространства. Поиск тем, оптимизация статей. Критерии качества контента. Составление контент-плана. Рекомендации по оформлению блога и контент-маркетингу. Тема 6. Интеграция offline и online продвижения. Разработка программы продвижения offline-продвижения. Разработка программы продвижения online-продвижения. Медиапланирование. Составление медиа-плана. Взаимодействие offline маркетинговых инструментов и online с целью эффективной реализации бизнес-задач. Тема 7. Веб-аналитика. Анализ KPI и метрик по направлениям Интернет-маркетинга. Определение ROI. Анализ звонков. Карта кликов Webvisor. Анализ эффективности сайта.				
ИТОГО по 2-му семестру	16	0	26	64
ИТОГО по дисциплине	16	0	26	64

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Основы интернет-маркетинга: введение в понятия, термины и методы интернет-маркетинга.
2	Создание сайта для интернет-маркетинга: анализ потребностей, выбор платформы, оптимизация и продвижение.
3	Поисковая оптимизация (SEO): определение ключевых слов, улучшение структуры сайта, создание контента и анализ результатов.

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
4	Контент-маркетинг: создание привлекательного и ценного контента для целевой аудитории, продвижение и анализ эффективности.
5	Email-маркетинг: создание эффективных email-кампаний, сбор и управление списками рассылки, анализ результатов.
6	Реклама в социальных сетях: создание эффективных рекламных кампаний в социальных сетях, определение целевой аудитории, анализ результатов.
7	PPC-реклама (платная реклама на поисковых системах): создание рекламных кампаний на основе ключевых слов, определение бюджета, анализ результатов.
8	Аналитика в интернет-маркетинге: измерение эффективности маркетинговых кампаний, использование инструментов аналитики, принятие решений на основе данных.
9	Анализ конкурентной среды: оценка конкурентов в вашей нише, выявление их сильных и слабых сторон, принятие мер по улучшению вашей конкурентоспособности.
10	Маркетинговые исследования: проведение и анализ опросов, фокус-групп, анализ данных о поведении и предпочтениях потенциальных клиентов, принятие маркетинговых решений на основе данных.
11	Мобильный маркетинг: оптимизация сайта и контента для мобильных устройств, создание мобильных приложений, реклама на мобильных платформах.
12	Интернет-аналитика: использование инструментов аналитики, таких как Яндекс Метрика, для отслеживания посещаемости сайта, поведения пользователей, конверсий и других метрик.
13	Интернет-репутация: управление онлайн-репутацией компании, мониторинг отзывов и комментариев в социальных сетях и других онлайн-каналах.
14	Интернет-маркетинг для локальных бизнесов: оптимизация локального SEO, использование социальных сетей и других каналов для привлечения местных клиентов.
15	Видео-маркетинг: создание видео-контента для привлечения и удержания целевой аудитории.
16	Интернет-маркетинг для e-commerce: оптимизация продуктовых страниц, создание эффективных рекламных кампаний, использование электронной коммерции и других онлайн-каналов для увеличения продаж.

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при которой учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установления связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Бабаев А. Контекстная реклама : учебник / А. Бабаев, Н. Евдокимов, А. Иванов. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2012.	1
2	Интернет-маркетинг : учебное пособие / Боровых К. О., Иванова А. Н., Плотников А. В., Попов А. А. Пермь Екатеринбург : Изд-во ПНИПУ, 2020. 101 с. 6,5 усл. печ. л.	20
3	Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования : учебное пособие / О. А. Кожушко [и др.]. - Новосибирск: РИЦ НГУ, 2017.	1
4	Кравченко А. А. Интернет-сайт как элемент системы интеллектуальной собственности / А. А. Кравченко, Б. Н. Коробец, К. Е. Амелина. - Москва: Изд-во МГТУ, 2015.	1
5	Сухарев О. С. Функциональный и интернет-маркетинг : коллективная монография / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. - Москва: КУРС, ИНФРА-М, 2019.	1
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Комолова Н. В. HTML / Н. В. Комолова. - Санкт-Петербург: Питер, 2009.	5
2	Роббинс Дж. Н. Web-дизайн : справочник / Дж. Н. Роббинс. - М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2008.	2
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	О сервисе Яндекс.Метрика	https://yandex.ru/support/metrica/	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	О Яндекс.Директе	https://yandex.ru/support/direct/	сеть Интернет; свободный доступ
Основная литература	Интернет-маркетинг : Учебник для вузов / Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В. 2-е изд. Москва : Юрайт, 2021. 335 с	https://elib.pstu.ru/Record/UURAIT468966	локальная сеть; авторизованный доступ
Основная литература	Справка Google Analytics	https://support.google.com/analytics/?hl=ru	сеть Интернет; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
База данных Wiley Journals	http://onlinelibrary.wiley.com/
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	Презентационный комплекс (компьютер, проектор, экран)	1
Практическое занятие	Компьютерный класс	10
Практическое занятие	Презентационный комплекс (компьютер, проектор, экран)	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Интернет-маркетинг (продвинутый курс)»

Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль) образовательной программы:	Стратегический менеджмент и управление инновациями
Квалификация выпускника:	Магистр
Выпускающая кафедра:	Менеджмент и маркетинг
Форма обучения:	Очная
Форма промежуточной аттестации	Зачет

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (2-го семестра учебного плана) и разбито на 3 учебных модуля. В каждом модуле предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, выполнении практических заданий и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Контролируемые результаты обучения по дисциплине

Контролируемые результаты освоения дисциплины (ЗУВы)	Вид контроля		
	Текущий	Рубежный	Промежуточная аттестация Зачет
Усвоенные знания			
З.1. Знает современные техники и методики сбора данных из поисковых систем и сайтов, продвинутые методы их обработки и анализа	ТО	ПЗ	КИЗ
З.2. Знает методологические основы проведения технического и маркетингового анализа сайтов	ТО	ПЗ	КИЗ
Освоенные умения			
У.1. Умеет использовать необходимые интернет-сервисы при анализе сайтов для решения управленческих и исследовательских задач		ПЗ	КИЗ
У.2. Умеет разрабатывать методы и модели создания системы управления процессами интернет-маркетинга		ПЗ	КИЗ
Приобретенные владения			
В.1. Владеет навыками применения систем управления базами данных в сфере интернет-маркетинга		ПЗ	КИЗ
В.2. Владеет навыками обеспечения правильного сочетания экономических и административных методов руководства, единоначалия и коллегиальности при постановке технических задач на разработку сайта		ПЗ	КИЗ

Условные обозначения: ТО – теоретический опрос, ПЗ – рубежное практическое задание, КИЗ – комплексное индивидуальное задание

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учетом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;

- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;

- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланочного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения модуля дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри модулей дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;

- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль

Текущий контроль усвоения материала в форме теоретического опроса проводится по каждой теме. Результаты теоретического опроса по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме выполнения практических заданий (после изучения каждой темы учебной дисциплины).

Типовые практические задания для рубежного контроля:

1. Компания занимается торговлей товарами для детей через Интернет по всей России. Важнейшей задачей компании является разработка стратегии развития на ближайшие 5 лет. Определите и опишите механизм использования методов сбора информации для проведения маркетинговых исследований в Интернете в данной ситуации.

2. Компания занимается продажей молодежной одежды через Интернет по всей России. Важнейшей задачей компании является разработка стратегии развития на ближайшие 5 лет. Определите и опишите механизм использования методов сбора информации для проведения маркетинговых исследований в Интернете в данной ситуации.
3. Предложите KPI и их метрики по направлениям Интернет-маркетинга для компании, занимающейся продажей услуг по обучению предпринимателей по различным направлениям, от бухгалтерского учета до лидерства. Компания стремительно растёт и постоянно расширяет свои коммуникации.
4. Предложите KPI и их метрики по направлениям Интернет-маркетинга для компании, занимающейся продажей металлорежущего инструмента на территории г. Перми. Компания стабильно развивается.
5. Компания занимается консалтинговых услуг по г. Перми и Пермскому краю. Важнейшей задачей компании является разработка стратегии развития на ближайшие 5 лет. Определите и опишите механизм использования методов сбора информации для проведения маркетинговых исследований в Интернете в данной ситуации.

Типовые шкала и критерии оценки результатов выполнения практических заданий приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания

Индивидуальное задание является комплексным, охватывает все темы курса и представляет собой проект на основе проведенного исследования. Тема индивидуального задания формулируется самостоятельно магистрантом по согласованию с научным руководителем исследования – преподавателем дисциплины. Задание выполняется на базе Таргет Хантер (бесплатный тариф), рекламных кабинетов ВКонтакте, Яндекс.Директ, Яндекс.Метрика, Google Analytics, Google tag manager, Tilda, LPMotor.

Ответы из последовательных действий зафиксировать скриншотами в 1 файл Microsoft Word.

Структура комплексного индивидуального задания:

1. Проанализируйте конкурентов фирмы (по согласованию с преподавателем) в интернете с помощью известных интернет-сервисов;
2. Соберите и кластеризуйте семантическое ядро потенциальных запросов для сайта фирмы;
3. Создайте одностраничный сайт фирмы на конструкторе Tilda / LPMotor;
4. Установите счетчик Яндекс.Метрика и Google Analytics на созданный сайт в Tilda / LPMotor;
5. Настройте рекламную кампанию в системе Яндекс.Директ на поиске и РСЯ.

Заключение. Выводы о проделанной работе, сложности, ошибки

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения практических заданий для рубежного контроля студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания – выполнения и защиты комплексного индивидуального задания. Структура задания приведена в п. 2.3.

Все учебно-методические материалы для изучения дисциплины размещены на учебном портале Гуманитарного факультета <http://portal-hsb.pstu.ru/> и доступны студентам кафедры после регистрации.

2.4.2.1. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.