

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ФОС)

Дисциплина	Цифровой маркетинг
Факультет	управления
Кафедра	управления
Курс	4

Направление (специальность) **38.03.02 Менеджмент**
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) « **Стратегическое планирование и маркетинг** »
полное наименование

Форма обучения **очная**
очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2023г.

ФОС актуализирован на заседании кафедры: протокол № 10 от 21.05.2024г.


ФОС актуализирован на заседании кафедры: протокол № 1 от 30.08.2024 г.

ФОС актуализирован на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г

ФОС актуализирован на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Белокопытова Н.Г.	управления	К.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой управления (выпускающей кафедрой)
 /Иванова Т.Ю./
<small>Подпись</small> <small>ФИО</small>
«07» июня 2023 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОПОП

№ семестра	Дисциплины (модули)	Компетенции	
		ОПК-5	ПК-3
1	Математика	+	
2	Математика	+	
3	Ознакомительная практика	+	
5	Стратегический менеджмент		+
5	Рекламное дело		+
5	Прямые коммуникации		+
6	Цифровой маркетинг	+	+
6	Современные проблемы менеджмента		+
6	Валютный рынок и валютные операции		+
6	Сравнительный менеджмент		+
6	Бенчмаркинг		+
7.8	Управление инновациями		+
7,8	Проектирование инновационных услуг		+
8	Маркетинговые исследования		+
8	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности		+
8	Преддипломная практика		+
8	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты		+
8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	+	

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ дисциплины (модуля)

Код и	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
--------------	--

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

наименование реализуемой компетенции	соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	
ОПК-5 - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	<p>И.Д-1. Знать особенности и базовые инструменты реализации комплекса маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики</p> <p>И.Д.1.2. Знать нормы профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны</p> <p>И.Д – 2. Уметь собрать, систематизировать и проанализировать первичную и вторичную маркетинговую информацию в целях реализации цифровых маркетинговых коммуникаций организации</p> <p>И.Д – 2.1. Уметь анализировать и классифицировать большой объем информации</p> <p>И.Д. – 2.2. Использовать программное обеспечение для работы с информацией (текстовые, графические, табличные и аналитические приложения, приложения для визуального представления данных) на уровне опытного пользователя</p> <p>И.Д – 2.3. Владеть современными методами сбора, обработки и анализа информации в условиях цифрового рынка</p>	
Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)	ПК-3 - Способен представлять интересы организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	<p>И.Д.-1. Знать все виды маркетинга в Интернете в целях принятия эффективных управленческих решений и написания маркетинговых программ как важнейших элементов документационного обеспечения маркетинговой деятельности компании в условиях конкурентной среды отрасли.</p> <p>И.Д. 1.1. Знать порядок разработки и оформления технической документации и ведения делопроизводства</p> <p>И.Д. 2. Уметь разрабатывать все виды маркетинговых планов в условиях функционирования цифрового бизнеса, составлять планы ревизии цифрового маркетинга в организации для формирования спроса.</p> <p>И.Д. 2.1 Уметь разрабатывать организационно-техническую и организационно-экономическую документацию (графики работ, инструкции, планы, сметы, бюджеты, технико-экономические обоснования, частные технические задания) и составлять управленческую отчетность по утвержденным формам</p> <p>И.Д. 3. Владеть навыками внедрения цифрового маркетинга в процесс деятельности организации посредством применения Facebook, Google, Youtube, и т.д. для оценки макроэкономической среды и ее показателей.</p>

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

Контролируемые модули/разделы/темы дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочные средства		Технология оценки (способ контроля)
		наименование	№№ заданий	
Тема 1. Развитие интернет-технологий в информационном обществе	ОПК-5	Тест	1,2,24,25	Тестирование
		Вопросы для обсуждения	Тема 1	Опрос
		Вопросы к экзамену	1,2	экзамен
Тема 2. Основы цифрового бизнеса	ОПК-5	Тест	3,4,20	Тестирование
		Вопросы для обсуждения	Тема 2	Опрос
		Вопросы к экзамену	3,4,5	экзамен
			Тест 7	
Тема 3. Корпоративные веб-сайты и порталы	ОПК-5	Тест	5,23	Тестирование
		Вопросы для обсуждения	Тема 3	Опрос
		Вопросы к экзамену	6,7,8	экзамен
			Тест 5	
Тема 4. Комплекс цифрового маркетинга	ОПК-5	Тест	6,21,22	Тестирование
		Вопросы для обсуждения в том числе в интерактивной форме	Тема 4	Опрос
		Вопросы к экзамену	9,10,11	экзамен
			Тест 14	
Тема 5. Маркетинговые коммуникации в интернете	ОПК-5	Тест	7,17,18	Тестирование
		Вопросы для обсуждения в том числе в интерактивной форме	Тема 5	Опрос
		Вопросы к экзамену	13	экзамен
Тема 6. Маркетинг в социальных медиа	ПК-3	Тест	8,11,12,13,14,15,16,19	Тестирование
		Вопросы для обсуждения	Тема 6	Опрос
		Вопросы к экзамену	14,15,16, 23,24	экзамен
Тема 7. Маркетинговые исследования в интернете	ПК-3	Тест	9	Тестирование
		Вопросы для обсуждения	Тема 7	Опрос
		Вопросы к экзамену	17,18,19, 20,21, 25, 26, 27	экзамен
Тема 8. Блоггинг для бизнеса	ПК-3	Тест	12-20	Тестирование
		Вопросы для обсуждения,	Тема 8	Опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

		в том числе в интерактивной форме		
		Вопросы к экзамену	28	экзамен

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

4.1. Тесты (тестовые задания) для текущего контроля и контроля самостоятельной работы обучающихся

Индекс компетенции	Тест (тестовое задание)
ОПК-5	<p>1. Гипер ссылки на веб-старнице могут обеспечить переход – А) на любую веб-страницу любого сервера интернета, Б) только в пределах данной веб-страницы, В) только на веб-страницы данного сервера, Г) только на начало страницы, на которую указывает ссылка.</p> <p>2. Комбинация цифр:195.34.32.11 представляет собой – А) IP-адрес, Б) DNS-имя, В) URL-ресурс, Г) адрес электронной почты.</p> <p>3. Браузер – это – А) программа для просмотра веб-страниц, Б) сервер Internet. В) программа для поиска документов всеи, Г) www-услуга.</p> <p>4. Укажите два компонента сетевого программного обеспечения – А) сетевые приложения, сетевая ОС, Б) маршрутизаторы, серверы, В) программы управления файловой структурой, мультиплексоры, Г) файл-серверы, роутеры.</p> <p>5. Назовите год окончания работы над проектом ArpaNet,заложившим основу сети Internet – А)1969. Б) 1966. В)1973. Г)1972.</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

	<p>6. Назовите год и место создания среды WWW- А) 1989, Европа, Б) 1996, США, В) 2001, США, Г) 1969, США.</p> <p>7. Сетевой протокол – это – А) правила и технические процедуры, позволяющие компьютерам, объединенным в сеть, осуществлять соединение и обмен данными, Б) журнал учета взаимодействий в сети и набор правил его заполнения, В) стандарт разъемов для подключения компьютеров к сети Интернет, Г) конфигурация настрое программно-аппаратных устройств для передачи данных по сети.</p> <p>8. Что из вышеперечисленного является наиболее важным требованием к современным веб-интерфейсам – А) независимость от конкретного браузера, Б) использование roll-up-меню, В) использование интерфейса в стиле Metro. Г) наличие флэш-анимации.</p>
ОПК-5	<p>9. Выберите из ниже перечисленных вариантов существующие типы облаков – А) частные и публичные, Б) общедоступные и собственные, В) общие и частные, Г) собственные и публичные</p> <p>10. Какие компании могут использовать облачные технологии – А) все перечисленные варианты, Б) государственные компании, В) производственные компании, Г) небольшие частные организации.</p> <p>11. Сервис Google Drive представляет собой – А) хранилище данных в сети интернет, Б) программу для игровых приложений, В) сервис поддержки пользователей компании Google, Г) сервис доступа в сеть Интернет.</p> <p>12. Условия для доступа к облачному сервису – А) наличие компьютера и доступа в сеть Интернет, Б) специализированное ПО и доступ в сеть Интернет, В) наличие компьютера и антивирусное ПО, Г) наличие компьютера.</p> <p>13. Мобильные приложения по принадлежности к разработчикам являются –</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

- А) все варианты верны,
- Б) нативными приложениями,
- В) кросс-платформенными приложениями,
- Г) гибридными приложениями.

14. Какими преимуществами обладают кросс-платформенные приложения-

- А) независимость от платформы мобильного устройства пользователя,
- Б) возможность работать в приложении без доступа сети интернет,
- В) скорость установки на мобильное устройство,
- Г) отсутствие рекламных предложений.

15. Цифровой бизнес строится на основе –

- А) бизнес-моделей, использующих возможности автоматизации бизнес-процессов и электронные коммуникации на базе интернета,
- Б) система управления взаимоотношениями с клиентами, объединенных с системами управления цепочками поставок,
- в) использование баз данных, веб-приложений и облачных сервисов,
- г) интегрированных систем управления ресурсами предприятия.

16.Синонимом термина «цифровая экономика» не является –

- А) цифровой капитализм,
- Б) интернет-экономика,
- В) новая экономика,
- Г) сетевая экономика

17. Цифровая экономика не включает в себя цифровых решений –

- а) для сравнительных исследований,
- б) для граждан,
- г) для органов власти.

18. Интернет-магазин –

- А) сайт в интернете, обеспечивающий оформление заказов и технологическую поддержку всех этапов выполнения заказов,
- Б) магазин, торгующий цифровыми товарами,
- В) магазин, имеющий представительский сайт в Интернете,
- Г) магазин, использующий для коммуникаций возможности интернета.

19. Для повышения конкурентоспособности бизнеса на глобальном уровне надо –

- А) реализовать уникальную бизнес-модель на базе интернет-технологий,
- Б) использовать готовые решения по разработке сайтов,
- В) разработать корпоративный портал,
- Г) использовать только отечественные разработки.

20. Электронная коммерция –это –

- А) деятельность, направленная на реализацию товаров и услуг с использованием информационных технологий на основе сетевых взаимодействий между покупателем и продавцом,
- Б) система организации рыночной среды в интернете, предоставляющая

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

	<p>участникам рыночных отношений готовые программные приложения в области электронной торговли,</p> <p>В) любой вид экономической деятельности, который предприятия и организации осуществляют в интернете,</p> <p>Г)любая форма бизнес-процесса, при которой взаимодействие между субъектами рынка происходит электронным образом.</p>
ПК-3	<p>21. К цифровым товарам и услугам не относятся –</p> <p>а) электронные агрегаторы, б программное обеспечение, в) электронные книги, видео- и аудиоматериалы, г) электронные билеты.</p> <p>22.Реклама в интернете не включает в себя –</p> <p>а) рекламу в распределенных информационных хранилищах, б) медийную рекламу, в) контекстную рекламу, г) рекламу в социальных медиа.</p> <p>23. Рекламными носителями в интернете не являются –</p> <p>А) социальные агрегаторы, Б) текстовые блоки, В) баннеры, Г) видеореклама.</p> <p>24. Направлением маркетинга в социальных сетях не является –</p> <p>А) управление социальными сетями, Б) мониторинг социальных сетей, В) продвижение в социальных сетях, Г) клиентская поддержка в социальных сетях.</p> <p>25. К социальным медиа не относятся –</p> <p>А) корпоративные порталы, б) виртуальные игры и виртуальные миры, в) геосоциальные сервисы, г) сообщества по производству социального контента.</p>

Критерии и шкала оценки:

- критерии оценивания – правильные ответы на поставленные вопросы;
- показатель оценивания – процент верных ответов на вопросы;
- шкала оценивания(оценка) – выделено 4 уровня оценивания компетенций:
высокий (отлично) – более 80% правильных ответов;
достаточный (хорошо)– от 60 до 80 % правильных ответов;
пороговый (удовлетворительно)– от 50 до 60% правильных ответов;
критический (неудовлетворительно) – менее 50% правильных ответов.

Ключ к тестовым заданиям

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

№ тестового задания с вариантом правильного ответа	1-б	2-в	3-а	4-б	5-б	6-а	7-в	8-а	9-а	10-а
	11-б	12-б	13-а	14-б	15-б	16-б	17-г	18-б	19-а	20-а
	21-б	22-а	23-а	24-а	25-в					

4.2. Комплект заданий (задач и кейсов) для текущего контроля и контроля самостоятельной работы обучающихся

Индекс компетенции	Условие задачи (формулировка задания)
ОПК-5	<p>Тема 1. Развитие интернет-технологий в информационном обществе Вопросы для обсуждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Информационная революция и ее влияние на экономику, - Отличительные черты информационной экономики, - Понятие цифровой экономики, - Тенденции развития Интернета и цифровой экономики. <p>Практическое задание: произвести обзор рынка мобильных приложений в РФ.</p> <p>Тема 2. Основы цифрового бизнеса</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Понятие цифрового бизнеса. - Электронный рынок. - История развития цифрового бизнеса в мире. - Цифровой бизнес в США. - Цифровой бизнес в Китае. - Цифровой бизнес в России. <p>Практическое задание: изучить основные положения стандартов цифрового бизнеса.</p> <p>Тема 3. Корпоративные веб-сайты и порталы</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Классификация корпоративных сайтов по их назначению и функциям. - Корпоративный сайт-визитка, или веб-представительство. - Корпоративный портал. - Корпоративный портал знаний. - Технологии для построения корпоративных сайтов и порталов. - CMS – системы. Платформы для построения корпоративных порталов. <p>Практическое задание: изучить уровни облачных технологий, исследовать практические примеры их использования.</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

ОПК-5	<p>Тема 4. Комплекс цифрового маркетинга <i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Особенности маркетинговой деятельности на электронном рынке. - Комплекс цифрового маркетинга. - Элементы комплекса цифрового маркетинга. <p><i>Практическое задание:</i> проанализировать рейтинги интернет-магазинов Рунета.</p> <p>Тема 5. Маркетинговые коммуникации в интернете <i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Комплекс маркетинговых коммуникаций в интернете. - Интернет-реклама. - Оптимизация сайта для поисковых машин. - CRM-системы. <p><i>Практическое задание:</i> планирование маркетинговой компании по продвижению сайта.</p>
ПК-3	<p>Тема 6. Маркетинг в социальных медиа <i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Классификация социальных медиа. - Маркетинг в социальных медиа. - Оптимизация для социальных медиа. - Перспективы развития маркетинга в социальных медиа. <p><i>Практическое задание1:</i> раскрыть сущность и содержание SMM (опрос). <i>Практическое задание2:</i> произвести анализ эффективности рекламных компаний в интернете.</p> <p>Тема 7. Маркетинговые исследования в интернете <i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Маркетинговые исследования в Интернете. - Маркетинговые информационные системы. - Контентный маркетинг. - Понятие «маркетинговой воронки», контентный маркетинг в трех частях «маркетинговой воронки». - Понятие поискового маркетинга. <p><i>Практическое задание:</i> исследовать системы контент-анализа и их использование в маркетинговой деятельности</p> <p>Тема 8. Блоггинг для бизнеса <i>Вопросы для обсуждения:</i></p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

	<ul style="list-style-type: none"> - Создание блога, способного положительно повлиять на финансовые результаты. - Работа со сторонними авторами. - Написание заголовков, ориентированных на привлечение внимания целевого потребителя. - Алгоритм аудита блога. <p>Практическое задание: провести анализ успешных блогов известных блоггеров в России, выявить критерии успешности (эффективности блога).</p>
--	--

Критерии и шкала оценки:

- критерии оценивания – правильное выполнение заданий
- показатель оценивания – процент правильно выполненных заданий
- шкала оценивания(оценка) – выделено 4 уровня оценивания компетенций:
высокий (отлично) – более 80% правильно выполненных заданий;
достаточный (хорошо) – от 60 до 80 % правильно выполненных заданий;
пороговый (удовлетворительно) – от 50 до 60% правильно выполненных заданий;
критический (неудовлетворительно) – менее 50% правильно выполненных заданий.

Оценка	Уровень освоения компетенции	Критерии оценивания
Отлично	Высокий уровень	Обучающийся ясно изложил методику выполнения задания, обосновал выполненное решение точной ссылкой на формулы, правила и т.д.;
Хорошо	Повышенный уровень	Обучающийся ясно изложил методику выполнения задания, но в обосновании решения задачи или кейса имеются сомнения в точности ссылки на формулы, правила и т.д.;
Удовлетворительно	Пороговый уровень	Обучающийся изложил условие задачи, решение обосновал общей ссылкой на формулы, правила, имеются ошибки при выполнении кейса и т.д.;
Неудовлетворительно	Минимальный уровень не достигнут	Обучающийся не выполнил задания для самостоятельной работы, не уяснил условие задачи, выполнения кейса, решение не обосновал ссылкой на формулы, правила и т.д.

4.3. Вопросы к зачету

Индекс	Формулировка вопроса
--------	----------------------

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Фонд оценочных средств (ФОС)		

компетенции	
ОПК-5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационная революция и ее влияние на экономику. Отличительные черты информационной экономики. 2. Понятие цифровой экономики. 3. Тенденции развития Интернета и цифровой экономики. 4. Понятие цифрового бизнеса. Электронный рынок. 5. История развития цифрового бизнеса в мире. 6. Цифровой бизнес в США. 7. Цифровой бизнес в Китае. 8. Цифровой бизнес в России. 9. Классификация корпоративных сайтов по их назначению и функциям. 10. Корпоративный сайт-визитка, или веб-представительство. 11. Корпоративный портал. Корпоративный портал знаний. 12. Технологии для построения корпоративных сайтов и порталов. 13. CMS – системы. 14. Платформы для построения корпоративных порталов. 15. Особенности маркетинговой деятельности на электронном рынке. 16. Комплекс цифрового маркетинга. Элементы комплекса цифрового маркетинга.
ПК-3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Комплекс маркетинговых коммуникаций в интернете. Интернет-реклама. Оптимизация сайта для поисковых машин. CRM-системы. 2. Классификация социальных медиа. Маркетинг в социальных медиа. 3. Оптимизация для социальных медиа. 4. Перспективы развития маркетинга в социальных медиа. 5. Маркетинговые исследования в Интернете. 6. Маркетинговые информационные системы. 7. Контентный маркетинг. 8. Понятие «маркетинговой воронки», контентный маркетинг в трех частях «маркетинговой воронки».
ПК-3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие поискового маркетинга. 2. Создание блога, способного положительно повлиять на финансовые результаты. Работа со сторонними авторами. 3. Написание заголовков, ориентированных на привлечение внимания целевого потребителя. 4. Алгоритм аудита блога.


Критерии и шкала оценки:

- критерии оценивания – правильные ответы на поставленные вопросы;
- показатель оценивания – процент верных ответов на вопросы;
- шкала оценивания (оценка) – выделено 4 уровня оценивания компетенций:
высокий (отлично) – более 80% правильных ответов;
достаточный (хорошо) – от 60 до 80 % правильных ответов;
пороговый (удовлетворительно) – от 50 до 60% правильных ответов;
критический (неудовлетворительно) – менее 50% правильных ответов.


Оценка	Уровень освоения компетенции	Критерии оценивания
Отлично	Высокий уровень	Обучающийся показал всесторонние, систематизированные, глубокие знания программы дисциплины, а также умение свободно использовать справочную литературу, делать обоснованные выводы из результатов расчетов или экспериментов и т.д.;
Хорошо	Достаточный уровень	Обучающийся показал достаточные знания основных разделов программы дисциплины, но при этом допускает некритичные неточности в ответе на вопросы и т.д.;
Удовлетворительно	Пороговый уровень	Обучающийся показал фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно точные формулировки базовых понятий, нарушающие логическую последовательность в изложении программного материала, при этом обучающийся владеет знаниями основных разделов дисциплины, необходимыми для дальнейшего обучения, знаком с рекомендованной справочной литературой и т.д.;
Неудовлетворительно	Критический уровень	При ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях большей части основного содержания дисциплины, допускаются грубые ошибки в формулировке основных понятий, в ответах на вопросы и т.д.

Разработчик  доцент Белокопытова Н.Г.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/вы- пускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Изменений не внесено	Иванова Т.Ю.		21.05. 2024

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/ выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п. 1 «Перечень компетенций по дисциплине (модулю) для обучающихся по направлению подготовки (специальности) с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		30.08.2024

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ) С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОПОП

№ семестра	Дисциплины(модули)	Компетенции	
		ОПК-5	ПК-3
1	Математика	+	
2	Математика	+	
3	Ознакомительная практика	+	
5	Стратегический менеджмент		+
5	Рекламное дело		+
5	Прямые коммуникации		+
6	Цифровой маркетинг	+	+
6	Современные проблемы менеджмента		+
6	Валютный рынок и валютные операции		+
6	Сравнительный менеджмент		+
6	Бенчмаркинг		+
7.8	Управление инновациями		+
7,8	Проектирование инновационных услуг		+
8	Маркетинговые исследования		+
8	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности		+
8	Преддипломная практика		+
8	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты		+