

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»
(НГУАДИ)

РПД одобрена
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 53 от 26.08.2024

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НГУАДИ
_____ Н.В. Багрова

" ____ " _____ 202_ г.

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ (МОДУЛЬ)
Трендмейк. Создание и влияние через тренды
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Промышленного дизайна**
Учебный план 38.04.02_2023_MagМенедж.plx
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Профиль стратегические проекты в креативных индустриях

Квалификация **Магистр**
Форма обучения **очная**
Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 32
самостоятельная работа 40

Виды контроля в семестрах:

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	17 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практически е	24	24	24	24
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

Доцент кафедры ПД, Таубе М.В.

Рецензент(ы):

д-р техн. наук, Зав. каф.ПД, Бекк Н.В.

Рабочая программа дисциплины

Трендмейк. Создание и влияние через тренды

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

составлена на основании учебного плана:

38.04.02 Менеджмент

утвержденного учёным советом вуза от 26.08.2024 протокол № 53.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Промышленного дизайна

Протокол от 26.08.2024 г. № 1

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. кафедрой Н.В. Бекк

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Профессиональное становление и развитие личности обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, усвоение ими социально опыта, ценностей, норм, образцов поведения с последующим воспроизводством их в научно-профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Зачет с оценкой по модулю "Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)"
2.1.2	Инвестирование и финансирование в креативных индустриях
2.1.3	Методы принятия управленческих решений
2.1.4	Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика
2.1.5	Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)
2.1.6	Управление инновациями в креативных индустриях
2.1.7	Риск-менеджмент в креативных индустриях
2.1.8	Стратегический менеджмент в креативных индустриях
2.1.9	Деловые переговоры в творческой сфере
2.1.10	Иностранный деловой язык
2.1.11	Психология коммуникаций в креативных индустриях
2.1.12	Управление персоналом и коммуникации в креативных индустриях (модуль)
2.1.13	Управление проектами в креативных индустриях
2.1.14	Экзамен по модулю "Управление персоналом и коммуникации в креативных индустриях (модуль)"
2.1.15	Зачет с оценкой по модулю "Оперативное управление в креативных индустриях"
2.1.16	Оперативное управление в креативных индустриях
2.1.17	Устройство творческой мастерской и производства
2.1.18	Оперативное управление в креативных индустриях (модуль)
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	
Знать:	
Уровень 1	Принципы создания и продвижения брендов в сфере креативных индустрий
ПК-1: Способен разрабатывать и внедрять организационную стратегию, обеспечивающую устойчивое развитие организации в сфере креативных индустрий	
Владеть:	
Уровень 1	Навыками маркетинговой деятельности в сфере креативных индустрий
ПК-2: Способен оценивать риски деятельности предприятий креативных индустрий	
Знать:	
Уровень 1	Специфику управления коммуникациями в сфере креативных индустрий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	УК-3.1.2 Принципы создания и продвижения брендов
3.1.2	ПК-2.1.3 Специфику управления коммуникациями в сфере креативных индустрий в аспекте динамики культурных процессов
3.2	Уметь:
3.3	Владеть:
3.3.1	ПК-1.3.1 Навыками маркетинговой деятельности по привлечению потенциальных потребителей

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Основы тренжмейка					
1.1	История трендов и их влияние на общество /Лек/	4	4	ПК-2 ПК-1 УК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
1.2	Методы исследования и анализа трендов /Лек/	4	4	ПК-2 ПК-1 УК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
1.3	Роль социальных медиа в формировании трендов /Пр/	4	10	ПК-2 ПК-1 УК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
1.4	Этические аспекты трендмейка /Пр/	4	8	ПК-2 ПК-1 УК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
	Раздел 2. Самостоятельная работа					
2.1	Работа над проектом /Ср/	4	36	ПК-2 ПК-1 УК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
2.2	Защита проекта /Пр/	4	6	ПК-2 ПК-1 УК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	
2.3	Аттестация /Эссе/	4	4	ПК-2 ПК-1 УК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ	
5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине	
См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины «Трендмейк. Создание и влияние через тренды»	
5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	
См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины «Трендмейк. Создание и влияние через тренды»	
5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	
См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины «Трендмейк. Создание и влияние через тренды»	

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Федосенко, А. А., Денисенко, Ю. Н.	Поведение потребителей (маркетинговый аспект): учебное пособие	Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2020
Л1.2	Терентьев, Ю. В.	Проектирование брендинговых кампаний: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Аликперова, Н. В.	Потребительские практики: современные реалии и глобальные тренды: монография	Москва: Прометей, 2019
Л2.2	ГАМАЛЕЙ А.А.	Дизайн как инструмент территориального брендинга Наукоградов новосибирской агломерации [Электронный ресурс]	, 2021
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Трендмейк. Создание и влияние через тренды» - Режим доступа: https://portal.nsuada.ru/course/
6.3.1 Перечень программного обеспечения	
7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания обучающимся для организации самостоятельной работы

Успешное освоение компетенций, формируемых данной учебной дисциплиной, предполагает оптимальное использование времени самостоятельной работы. Основной формой самостоятельной работы обучающихся является изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, активное участие на практических занятиях и подготовка по основным темам дисциплин. Самостоятельная работа во внеаудиторное время состоит из:

- повторения лекционного материала;
- подготовки к практическим занятиям;
- изучения учебно-методической и научной литературы;
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- выполнение контрольных работ.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
(НГУАДИ)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
Приложение 1 к рабочей программе дисциплины (практики)

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ (МОДУЛЬ)

Трендмейк. Создание и влияние через тренды

Учебный план: 38.04.02_2023_MagМенедж.plx

Направление подготовки (специальность): 38.04.02 Менеджмент

Профиль: Стратегические проекты в креативных индустриях

Составитель: Таубе М.В.

Рассмотрен и рекомендован
для использования в учебном процессе
на заседании кафедры Промышленного
дизайна
Протокол от 26.08.2024 №1
Зав. кафедрой ПД Бекк Н.В.

Новосибирск 2024

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Фонд оценочных средств (ФОС) включает материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Целью текущего контроля и аттестации является контроль освоения запланированных по дисциплине знаний и умений, направленных на формирование у обучающихся компетенций в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Настоящий ФОС по дисциплине «Трендмейк. Создание и влияние через тренды» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины «Трендмейк. Создание и влияние через тренды» (РПД). На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

Код компетенции	Код и наименование индикаторов компетенций
УК-3	УК-3.1.2 Принципы создания и продвижения брендов
ПК-1	ПК-1.3.1 Навыками маркетинговой деятельности по привлечению потенциальных потребителей
ПК-2	ПК-2.1.3 Специфику управления коммуникациями в сфере креативных индустрий в аспекте динамики культурных процессов

2. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Форма контроля - дискуссия (обсуждение изученного материала).

Задание 1: Обсуждение на тему «История трендов и их влияние на общество»

Описание: Обучающимся предлагается принять участие в дискуссии, посвященной истории возникновения трендов, их эволюции и влиянию на общество. В ходе обсуждения студенты анализируют ключевые этапы формирования трендов, выявляют социальные, экономические и культурные факторы, способствующие их распространению.

Особое внимание уделяется влиянию трендов на различные сферы жизни, включая дизайн, бизнес, моду, технологии и медиа. Обсуждаются примеры знаковых трендов прошлого и их влияние на современные процессы. Также рассматриваются вопросы цикличности трендов и возможные методы их прогнозирования.

Задание 2: Обсуждение на тему «Методы исследования и анализа трендов»

Описание: Обучающимся предлагается принять участие в дискуссии, посвященной основным методам исследования и анализа трендов. В ходе обсуждения студенты рассматривают подходы к выявлению трендов, источники информации и инструменты их анализа.

Особое внимание уделяется таким методам, как тренд-мониторинг, контент-анализ, экспертные опросы, анализ данных социальных сетей и big data, а также методам прогнозирования тенденций. Обсуждаются примеры применения этих методов в различных сферах, включая дизайн, маркетинг, моду и технологии.

Задание 3: Обсуждение на тему «Роль социальных медиа в формировании трендов» на примере своего проекта.

Описание: Обучающимся предлагается принять участие в дискуссии, посвященной влиянию социальных медиа на процесс формирования и распространения трендов. В ходе обсуждения студенты анализируют ключевые платформы, механизмы вирусного распространения контента, роль инфлюенсеров и пользовательского взаимодействия.

Особое внимание уделяется персональному опыту: студенты представляют примеры из собственных проектов или исследований, демонстрируя, как социальные медиа могут способствовать популяризации идей, продуктов и брендов. Обсуждаются стратегии продвижения в цифровой среде, алгоритмы платформ и способы вовлечения аудитории.

Задание 4: Обсуждение и решение кейсов кризис-задач и завершение своего проекта.

Описание: Обучающимся предлагается проанализировать реальные и гипотетические кризисные ситуации, которые могут возникнуть в процессе работы над тренд-проектами. В ходе обсуждения студенты рассматривают примеры кризисов (падение интереса к тренду, репутационные риски, изменение рыночных условий, негативные реакции аудитории и др.), выявляют возможные причины и разрабатывают стратегии выхода из сложных ситуаций.

Также в рамках задания студенты представляют итоги работы над собственными проектами, оценивают достигнутые результаты и формируют план финализации проекта. Особое внимание уделяется рефлексии: какие сложности возникли, какие решения были найдены, и какие выводы можно сделать для будущей работы.

Критерии оценивания дискуссии по итогу освоения темы:

1. Правильность ответа (отсутствие фактических ошибок)
2. Полнота ответа (представление максимальных знаний по дисциплине)
3. Обоснованность ответа (наличие аргументов)
4. Логика изложения ответа (правильная последовательность изложения аргументов)
5. Корреляция с материалами дисциплины

Критерии выставления оценки:

Не сформирован (неудовлетворитель- но)	Пороговый уровень (удовлетворительн о)	Базовый уровень (хорошо)	Продвинутый уровень (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональны е и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и

			методическом обеспечении
--	--	--	-----------------------------

3. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Задание: индивидуальное эссе

Объем: 2000–3000 слов

Тема: студенты выбирают одну из предложенных тем или формулируют свою в рамках дисциплины (с согласования преподавателя).

Критерии оценки эссе

Критерии	Балл	Описание
Глубина анализа темы	20	Исследование трендов с учетом исторических, социокультурных и экономических факторов.
Структурность и логика изложения	15	Четкая композиция: введение, основная часть, выводы. Логичная подача материала.
Аргументация и использование источников	20	Использование научных, статистических и практических данных, ссылки на авторитетные источники.
Критическое осмысление и оригинальность	15	Способность анализировать тему, делать самостоятельные выводы, предлагать новые идеи.
Применение методов исследования трендов	15	Корректное использование методов анализа трендов, тренд-мониторинга, работы с данными.
Оформление и грамотность	15	Соответствие академическим требованиям, корректное цитирование, грамотность.
ИТОГО	100	

Возможные темы ЭССЕ

1. История трендов и их влияние на общество
2. Методы исследования и анализа трендов
3. Роль социальных медиа в формировании трендов
4. Влияние трендов на дизайн и бизнес-стратегии
5. Будущее трендмейкинга: прогнозирование новых направлений

Данная дисциплина входит в модуль, который включает несколько связанных предметов, направленных на углубленное изучение выбранной области.

Стратегии продвижения (модуль)	
Дисциплина модуля	Форма промежуточной аттестации
Теория ТРИЗ и нестандартные подходы в продвижении	Зачет с оценкой по модулю
Психология влияния	
Бренд-менеджмент	
Технологии ИИ (искусственного интеллекта)	

Дизайн-журналистика и дизайн-публицистика	
Дизайн-критика	
Трендмейк. Создание и влияние через тренды	

Зачет с оценкой – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Задание для зачета с оценкой по модулю «Стратегии продвижения» представляет собой тестирование по каждой дисциплине модуля. Итоговая оценка является средним значением всех полученных результатов.

Список вопросов по дисциплине «Трендмейк. Создание и влияние через тренды», входящих в зачет с оценкой по модулю «Стратегии продвижения»:

1. Опишите простейшие этапы процесса трендмейкинга.

2. Установите соответствие между типом тренда и его характеристикой:

А. Глобальные изменения, влияющие на общество в долгосрочной перспективе	1) Макротренд
В. Локальные изменения, актуальные для узкой аудитории	2) Микротренд
С. Противоположность текущим тенденциям	3) Мегатренд
Д. Крупные изменения, затрагивающие несколько отраслей	4) Антитренд

Ответ:

А.	В.	С.	Д.

3. Что является основным инструментом для выявления трендов?

4. Перечислите основные этапы создания тренда.

5. Перечислите основные этапы жизненного цикла тренда.

6. Какой фактор наиболее важен для успешного продвижения тренда?

- 1) Поддержка лидеров мнений и инфлюенсеров.
- 2) Увеличение бюджета на рекламу.
- 3) Копирование зарубежных практик.
- 4) Снижение цен на продукт.

7. Какой первый этап анализа влияния тренда?

8. Установите соответствие между типом трендсеттера и его ролью:

А. Первые, кто принимает новую идею	1) Инноваторы
В. Те, кто принимает тренд после его успеха	2) Ранние последователи
С. Основная масса, следующая за трендом	3) Раннее большинство

D. Те, кто скептически относится к новым идеям	4) Позднее большинство
--	------------------------

Ответ:

A.	B.	C.	D.

9. Какой метод наиболее эффективен для прогнозирования трендов?

- 1) Анализ больших данных и сценариев будущего.
- 2) Опросы общественного мнения.
- 3) Изучение исторических тенденций.
- 4) Копирование успешных практик.

10. Какой первый этап работы с антитрендами.

11. Приведите простейший пример технологического тренда.

12. Какой показатель наиболее важен для оценки успешности тренда?

- 1) Количество упоминаний в СМИ.
- 2) Уровень вовлеченности и адаптации аудитории.
- 3) Объем продаж продукта.
- 4) Количество подписчиков в социальных сетях.

13. Опишите простейшие этапы внедрения тренда в бизнес-стратегию:

14. Установите соответствие между инструментом трендмейкинга и его назначением:

A. Поиск новых идей и тенденций	1) Тестирование гипотез
B. Прогнозирование возможных вариантов будущего	2) Создание сценариев
C. Проверка жизнеспособности тренда	3) Анализ данных
D. Обработка информации для выявления закономерностей	4) Сканирование среды

Ответ:

A.	B.	C.	D.

16. Расставьте этапы создания вирального контента:

- 1) Идентификация целевой аудитории.
- 2) Разработка эмоционально вовлекающего контента.
- 3) Анализ реакции и вовлеченности.
- 4) Распространение через социальные сети.

Ответ:

17. Установите соответствие между типом влияния и его характеристикой:

A. Непосредственное воздействие на аудиторию	1) Краткосрочное влияние
B. Влияние через посредников или лидеров мнений	2) Долгосрочное влияние
C. Изменения, сохраняющиеся на протяжении лет	3) Косвенное влияние
D. Временные изменения в поведении	4) Прямое влияние

Ответ:

A.	B.	C.	D.

18. Какой метод наиболее эффективен для создания устойчивого тренда?

- 1) Массовая рекламная кампания
- 2) Постоянное взаимодействие с аудиторией и адаптация.
- 3) Ограничение доступа к продукту.
- 4) Копирование успешных трендов конкурентов.

19. Расставьте этапы работы с мегатрендами:

- 1) Идентификация мегатренда.
- 2) Разработка стратегии адаптации.
- 3) Внедрение изменений в бизнес-модель.
- 4) Анализ его влияния на отрасль.

Ответ:

20. Приведите простейший пример экологического тренда.

Критерии оценки выполнения тестирования

Не сформирована 0-30 % баллов (неудовлетворительно)	Пороговый уровень 31-50 % баллов (удовлетворительно)	Базовый уровень 51-80 % баллов (хорошо)	Продвинутый уровень 81-100 % баллов (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении