

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

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор НГУАДИ  
\_\_\_\_\_ Н.В. Багрова

протокол № 53 от 26.08.2024

"\_\_\_\_\_" 202\_\_ г.

## Сегментация и потребительские инсайты

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Гуманитарных и социально-экономических дисциплин
Учебный план	42.04.01_2023_MaRPiOplx
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль	реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Квалификация **Магистр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 3
аудиторные занятия	46	
самостоятельная работа	26	

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	Недель	15 5/6		
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	30	30	30	30
Итого ауд.	46	46	46	46
Контактная работа	46	46	46	46
Сам. работа	26	26	26	26
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

канд. психол. наук, доцент кафедры ГИСЭД, Дьячков А.В.

Рецензент(ы):

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

Рабочая программа дисциплины

**Сегментация и потребительские инсайты**

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 26.08.2024 протокол № 53.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**

Протокол от 26.08.2024 г. № 01

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. кафедрой Дьячков А.В.

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Основной целью изучения дисциплины "Сегментация и потребительские инсайты" является изучение теоретических и практических основ изучения маркетинга, рекламы и инсайтов.
-----	--

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.02
<b>2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Производственная практика. Научно-исследовательская практика
2.1.2	Зачет с оценкой по модулю "Научно-практическая деятельность (модуль)"
2.1.3	Научно-практическая деятельность (модуль)
2.1.4	Основы профессиональных исследований
2.1.5	Основы структурирования научного, предпроектного исследования
2.1.6	Технологии информационно-библиографического поиска и оформления научной работы
<b>2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Производственная практика. Преддипломная практика

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ПК-2: Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Правила сегментации рынков и создания успешных брендов
<b>ПК-3: Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового опыта и отечественного опыта</b>	
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Подбирать количественные и качественные методы исследований в сфере креативных индустрий;
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Навыками проведения научно-исследовательской работы в сфере креативных индустрий;

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>	
3.1.1	ПК-2.1.1 Количественные и качественные методы исследований в области менеджмента профессиональной деятельности	
<b>3.2 Уметь:</b>		
3.2.1	ПК-3.2.2 Подбирать количественные и качественные методы исследований в области менеджмента в сфере креативных индустрий.	
<b>3.3 Владеть:</b>		
3.3.1	ПК-3.3.2 Навыками проведения научно-исследовательской работы в сфере менеджмента креативных индустрий	

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	<b>Раздел 1. Сегментация рынка и анализ конкурентов</b>					
1.1	Сегментация рынка /Лек/	3	4	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
1.2	Цели и критерии сегментации рынка /Пр/	3	10	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
1.3	Анализ конкурентов /Лек/	3	4	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	

1.4	Подготовка к контрольной работе /Ср/	3	10	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
1.5	Контрольная работа по теме сегментация рынка /Контр.раб./	3	2	ПК-3 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
	<b>Раздел 2. Потребительские инсайты и создание успешного бренда</b>					
2.1	Потребительские инсайты /Лек/	3	4	ПК-3 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
2.2	Понятие инсайта /Пр/	3	12	ПК-3 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
2.3	Правила создания успешного бренда /Лек/	3	4	ПК-3 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
2.4	Подготовка к зачетному занятию /Ср/	3	12	ПК-3 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
2.5	Создание бренда /Пр/	3	8	ПК-3 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
2.6	По всем темам и разделам дисциплины /Зачёт/	3	2	ПК-3 ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 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

Компетенция не сформирована (неудовлетворительно, 0-30 баллов): У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.

Пороговый уровень (удовлетворительно, 31-50 баллов): Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень даёт общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.

Базовый уровень (хорошо, 51-80 баллов): Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управлеченческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.

Продвинутый уровень (отлично, 81-100 баллов): Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управлеченческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

### 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

Примерные вопросы к контрольной работе:

1. Виды интернет-маркетинга
2. Различия традиционной и электронной коммерции
3. Роль поисковых систем в электронной коммерции и продвижении сайтов
4. Критерии эффективности онлайновых коммуникаций
5. Типы запросов посетителей сайтов
6. Задачи тестовой рекламной кампании
7. Виды реакций интернет-аудитории
8. Структура и функции канала продаж через Интернет
9. Современные виды продвижения в Интернет
10. Возможности и преимущества контекстной рекламы

Подробнее см. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Сегментация и потребительские инсайты"

### 5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением

дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Контрольная работа – работа для оценки знаний и/или умений (по отдельной теме, разделу, дисциплине в целом).

Контрольные работы могут быть представлены в различных вариантах: тест, конспект по отдельному вопросу, терминологический диктант и тп. Контрольная работа выполняется в соответствии с требованиями, формулируемыми преподавателем перед её выполнением. Как правило, контрольная работа выполняется письменно на практическом занятии и прикрепляется в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).

Промежуточная аттестация - Зачет

Зачет – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов дисциплины на основании результатов обучения в семестре. Зачет проводится преподавателем в фиксированные сроки и в аудитории. Обучающимся, получившим неудовлетворительные оценки, поясняется процедура и сроки проведения повторной промежуточной аттестации.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **6.1. Рекомендуемая литература**

#### **6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Терёшина, Н. В.	Эффективность рекламной и PR деятельности: учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «реклама и связи с общественностью», «менеджмент», «торговое дело», «экономика»	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2021
Л1.2	Борисов, Р. С.	Информатика. Создание интернет-сайтов: учебное пособие	Москва: Российской государственный университет правосудия, 2022

#### **6.1.2. Дополнительная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Петренко, Ю. В., Неуструева, А. С.	Маркетинг: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018
Л2.2	Кужелева-Саган, И. П., Сучкова, Н. А.	Новостной раздел корпоративного сайта как предмет деятельности PR-специалиста: учебное пособие	Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2017
Л2.3	Мухина, Ю. Р.	Веб-технологии: основы верстки сайтов: учебное пособие	Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2021

### **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Интернет маркетинг» - <a href="https://portal.nsuada.ru">https://portal.nsuada.ru</a>
----	---

#### **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: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>

## **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)**

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Контрольная работа – работа для оценки знаний и/или умений (по отдельной теме, разделу, дисциплине в целом).

Контрольные работы могут быть представлены в различных вариантах: тест, конспект по отдельному вопросу,

терминологический диктант и тп. Контрольная работа выполняется в соответствии с требованиями, формулируемыми преподавателем перед её выполнением. Как правило, контрольная работа выполняется письменно на практическом занятии и прикрепляется в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).

#### Промежуточная аттестация - Зачет

Зачет – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов дисциплины на основании результатов обучения в семестре. Зачет проводится преподавателем в фиксированные сроки и в аудитории. Обучающимся, получившим неудовлетворительные оценки, поясняется процедура и сроки проведения повторной промежуточной аттестации.

**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)

**Сегментация и потребительские инсайты**

Учебный план: 42.04.01\_2023\_MagPiOplx

Направление подготовки (специальность): 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Составитель: преподаватель  
кафедры ГиСЭД Заикин Н.Н.

Рассмотрен и рекомендован  
для использования в учебном процессе  
на заседании кафедры Гуманитарных и  
социально-экономических дисциплин  
Протокол от 26.08.2024 № 1  
Зав. кафедрой ГиСЭД Дьячков А.В.

## **1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

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

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

Настоящий ФОС по дисциплине «Сегментация и потребительские инсайты» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины «Сегментация и потребительские инсайты» (РПД). На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

<b>Код компетенции</b>	<b>Код и наименование индикаторов компетенций</b>
ПК-2	ПК-2.1.1 Количественные и качественные методы исследований в области менеджмента профессиональной деятельности
ПК-3	ПК-3.2.2 Подбирать количественные и качественные методы исследований в области менеджмента в сфере креативных индустрий; ПК-3.3.2 Навыками проведения научно-исследовательской работы в сфере менеджмента креативных индустрий

## **2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ**

**Оценочное средство:** Интерактивная деловая игра «Симуляция процесса принятия маркетинговых решений на основе сегментации и инсайтов».

### **Ход игры:**

Подготовительный этап:

- Формирование команд по 3-5 человек.
- Ознакомление с правилами и целями игры.
- Распределение ролей внутри команд (например, маркетолог-аналитик, бренд-менеджер, специалист по работе с клиентами).

Основной этап:

- Команды получают данные о рынке, целевой аудитории и конкурентах.
- Участники проводят анализ рынка, сегментацию и выявляют потребительские инсайты.
- На основе полученной информации команды принимают стратегические и тактические маркетинговые решения.

Заключительный этап:

- Подведение итогов игры.
- Презентация результатов каждой команды.
- Обсуждение и анализ принятых решений.

### **Критерии оценивания результатов деловой игры:**

- 1) Динамика рыночной доли команды.
- 2) Эффективность маркетинговых решений.

3) Качество проведенного анализа и сегментации, включая владение инструментом SWOT-анализа, инструментом анализа KPI и умением своевременно и грамотно оценить действия конкурирующих команд.

4) Обоснованность выбранной стратегии: креативная и качественная разработка уникального позиционирования продукта на основе выявленных инсайтов, распределение маркетингового бюджета по различным каналам и активностям.

5) Командная работа и распределение ролей.

#### **Критерии выставления оценки:**

<b>Не сформирована (неудовлетворительно)</b>	<b>Пороговый уровень (удовлетворительно)</b>	<b>Базовый уровень (хорошо)</b>	<b>Продвинутый уровень (отлично)</b>
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 управлеченческие 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 управлеченческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

### **3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**Оценочное средство:** выполнение анализа успешных кампаний, основанных на потребительских инсайтах, с письменным отчетом.

**Задание:** глубокий анализ успешной маркетинговой кампании, которые были построены на основе потребительских инсайтов, и подготовить детальный письменный отчет по результатам анализа.

**Ход работы:**

1. Выбор кейсов (критерии выбора):

- кампании должны быть реализованы в течение последних 5 лет;

- примеры брендов: Dove, Nike, Coca-Cola, Apple, Airbnb, Netflix и т.д.

### 2. Сбор информации:

- использование разнообразных источников: отраслевые публикации, кейс-стади, пресс-релизы компаний, аналитические отчеты, интервью с маркетологами;
- сбор данных о контексте кампании, целевой аудитории, использованных инсайтах и результатах.

### 3. Анализ кейсов:

- определение ключевого потребительского инсайта, лежащий в основе кампании;
- анализ процесса, как этот инсайт был выявлен и использован в стратегии;
- оценка методов сегментации аудитории, применённых в кампании.

### 4. Подготовка письменного отчета объемом 2000-2500 слов, включающий следующие разделы:

#### a) Введение (200-250 слов):

- цель анализа
- краткое описание выбранных кейсов
- обоснование выбора данных кампаний

#### b) Описание кампании (около 500 слов):

- бренд и продукт
- целевая аудитория
- рыночный контекст
- основные элементы кампании (креативная концепция, каналы, сроки)

#### c) Анализ потребительских инсайтов (600-700 слов):

- формулировка ключевого инсайта для каждой кампании
- методы выявления инсайтов (если известно)
- связь инсайта с целевой аудиторией и продуктом

#### d) Сегментация и таргетирование (300-400 слов):

- описание методов сегментации, использованных в кампаниях
- анализ выбора целевых сегментов

#### e) Результаты кампаний (300-400 слов):

- ключевые показатели эффективности (КПИ)
- достигнутые результаты (рост продаж, повышение узнаваемости бренда, вовлеченность аудитории и т.д.)

#### f) Выводы и рекомендации (200-250 слов):

- ключевые уроки из проанализированных кейсов
- рекомендации по применению подобных инсайтов в других маркетинговых кампаниях

### 5. Оформление и подача:

- шрифт Times New Roman, 12 пт, межстрочный интервал 1,5.
- титульный лист с названием работы, ФИО, датой.
- список использованных источников (минимум 7-10 источников).

### **Критерии оценивания:**

1. Глубина и оригинальность исследования.
2. Качество анализа и аргументации — логичность выводов, обоснованность тезисов.
3. Использование релевантных источников — разнообразие и качество использованных материалов (книги, статьи, исследования).
4. Качество и структура письменного отчета.

Оценка	Критерии оценивания
81 – 100 баллов	Проект сдан в срок, соответствует всем требованиям
51 – 80 баллов	Проект сдан в срок или с опозданием не более недели, соответствует требованиям на 70%
31 – 50 баллов	Проект сдан с опозданием более недели, соответствует требованиям на 50%
0 – 30 баллов	Проект не сдан или соответствует требованиям менее чем на 50%.

### **Форма промежуточной аттестации: зачёт.**

**Зачет** – вид мероприятия промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку «зачтено» или «не зачтено».

Основой для определения оценки на зачете служит объём и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Зачет сдается в период экзаменационной сессии, предусмотренной графиком учебного процесса. Вопросы к зачету студенты получают в течение первой недели начала изучения дисциплины. Зачет проводится в устной/письменной форме по билетам, утвержденным заведующим кафедрой. На подготовку к устному ответу студенту дается 40-60 минут.

Положительная оценка выставляется в ведомость и зачетную книжку. Студент, получивший оценку «не зачтено», должен ликвидировать академическую задолженность в срок, установленный приказом ректора Университета.

### **Критерии оценивания по дисциплине:**

В итоговой оценке за дисциплину учитывается:

1. уровень теоретического осмыслиения студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание);
2. степень сформированности профессиональных компетенций;
3. социальная активность и ответственное отношение к работе.

### **Критерии выставления оценки:**

Не сформирована (неудовлетворительно)	Пороговый уровень (удовлетворительно)	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 задач.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленические решения по известным алгоритмам,	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности,

	<p>деятельности, методов и алгоритмов решения профессиональных задач</p>	<p>правилам и методикам</p>	<p>нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении</p>
--	--	---------------------------------	---