

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
**ПРИЕМ 2020 г.**  
**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная**

**УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

|                                                      |                                              |         |          |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------|----------|
| Направление подготовки/ специальность                | <b>38.04.02 Менеджмент</b>                   |         |          |
| Образовательная программа (направленность (профиль)) | <b>Экономика и управление на предприятии</b> |         |          |
| Специализация                                        | <b>Экономика и управление на предприятии</b> |         |          |
| Уровень образования                                  | высшее образование - магистратура            |         |          |
| Курс                                                 | <b>2</b>                                     | семестр | <b>3</b> |
| Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)          | <b>6</b>                                     |         |          |

|                  |                                                                                    |                                   |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Директор ШИП     |  | Осадченко Александр Александрович |
| Руководитель ООП |  | Никулина Ирина Евгеньевна         |
| Преподаватель    |  | Сабирова Диана Тагировна          |

2020 г.

## 1. Роль дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью» в формировании компетенций выпускника:

| Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА) | Семестр | Код компетенции | Наименование компетенции                                                                                               | Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций) |                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------|---------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                               |         |                 |                                                                                                                        | Код                                                         | Наименование                                                                                                            |
| Управление маркетинговой деятельностью                        | 3       | ПК(У)-5         | Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде | ПК(У)-5.B1                                                  | Владеет опытом применения инструментов маркетинга для повышения эффективности деятельности предприятия                  |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                        | ПК(У)-5.Y1                                                  | Умеет составлять прогнозы направлений движения рынков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности глобальной среды |
|                                                               |         |                 |                                                                                                                        | ПК(У)-5.31                                                  | Знает основы составления маркетинговых программ в соответствие с целями развития предприятия                            |

## 2. Показатели и методы оценивания

| Планируемые результаты обучения по дисциплине |                                                                                                               | Код контролируемой компетенции (или ее части) | Наименование раздела дисциплины                                                                                                             | Методы оценивания (оценочные мероприятия)                                                                                               |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Код                                           | Наименование                                                                                                  |                                               |                                                                                                                                             |                                                                                                                                         |
| РД-1                                          | Знание методологии и технологий современного маркетинга                                                       | ПК(У)-5.31                                    | Раздел 1. Введение<br>Раздел 2. Принципы управления маркетинговой деятельностью<br>Раздел 3. Функции управления маркетинговой деятельностью | Отчет по лабораторной работе<br>Экзамен                                                                                                 |
| РД-2                                          | Владение навыками организации конкретного вида деятельности в практике управления маркетинговой деятельностью | ПК(У)-5.B1<br>ПК(У)-5.Y1                      | Раздел 4. Маркетинг в структуре управления предприятием<br>Раздел 5. Процесс управления маркетинговой деятельностью                         | Отчет по лабораторной работе<br>Выступление на конференции<br>Экзамен<br>Тестирование и решение задач                                   |
| РД-3                                          | Владение навыками создания системы контроля и аудита в управлении маркетинговой деятельностью                 | ПК(У)-5.B1<br>ПК(У)-5.Y1                      | Раздел 6. Контроль, оценка и аудит маркетинговой деятельности                                                                               | Отчет по лабораторной работе<br>Тестирование и решение задач<br>Компьютерная деловая игра БК «Максимум»<br>Публикация статьи<br>Экзамен |

## 3. Шкала оценивания

Порядок организации оценивания результатов обучения в университете регламентируется отдельным локальным нормативным актом – «Система оценивания результатов обучения в Томском политехническом университете (Система оценивания)» (в действующей редакции). Используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов обучения. Итоговая оценка (традиционная и литерная) по видам

учебной деятельности (изучение дисциплин, УИРС, НИРС, курсовое проектирование, практики) определяется суммой баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации (итоговая рейтинговая оценка - максимум 100 баллов).

Распределение основных и дополнительных баллов за оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации устанавливается календарным рейтинг-планом дисциплины.

#### Рекомендуемая шкала для отдельных оценочных мероприятий входного и текущего контроля

| % выполнения задания | Соответствие традиционной оценке | Определение оценки                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 90%÷100%             | «Отлично»                        | Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному |
| 70% - 89%            | «Хорошо»                         | Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов             |
| 55% - 69%            | «Удовл.»                         | Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов            |
| 0% - 54%             | «Неудовл.»                       | Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям                                                                                                                                                      |

#### Шкала для оценочных мероприятий экзамена

| % выполнения заданий экзамена | Экзамен, балл | Соответствие традиционной оценке | Определение оценки                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------|---------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 90%÷100%                      | 18 ÷ 20       | «Отлично»                        | Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному |
| 70% - 89%                     | 14 ÷ 17       | «Хорошо»                         | Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов             |
| 55% - 69%                     | 11 ÷ 13       | «Удовл.»                         | Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов            |
| 0% - 54%                      | 0 ÷ 10        | «Неудовл.»                       | Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям                                                                                                                                                      |

#### 4. Перечень типовых заданий

|    | Оценочные мероприятия        | Примеры типовых контрольных заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Отчет по лабораторной работе | <i>Задание на лабораторную работу 1.</i> На основе результатов компьютерной игры БК «Максимум» разработать стратегии роста компании.<br><i>Задание на лабораторную работу 2.</i> На основе результатов компьютерной игры БК «Максимум» проанализировать жизненный цикл товара компании.<br><i>Задание на лабораторную работу 3.</i> На основе текущих значений БК «Максимум» оценить конкурентные преимущества компании |

|    | Оценочные мероприятия        | Примеры типовых контрольных заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                              | <p><i>Задание на лабораторную работу 4.</i> На основе результатов компьютерной игры БК «Максимум» проанализировать бюджет маркетинга компании</p> <p><i>Задание на лабораторную работу 5.</i> На основе текущих значений БК «Максимум» <i>проанализировать</i> потенциал рынка компании</p> <p><i>Задание на лабораторную работу 6.</i> На основе текущих значений БК «Максимум» <i>провести</i> аудит маркетинга компании-конкурента</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 2. | Тестирование и решение задач | <p>1) Выберите несколько правильных ответов.</p> <p>Перечислите факторы, которые включает в себя маркетинговая макросреда компании</p> <p>А. Себестоимость продукции</p> <p>Б. Деятельность конкурентов</p> <p>В. Экономические показатели рынка</p> <p>Г. Финансовые показатели компании</p> <p>Д. Особенности работы отдела НИОКР</p> <p>Е. Политическая ситуация на рынке</p> <p>2) Установите соответствие термина (в области исследования эффективности маркетинга в социальных сетях) с его описанием</p> <p>3) Контент-план</p> <p>4) Охват</p> <p>5) Вовлеченность</p> <p>6) Конверсия</p> <p>7) Метрика</p> <p>А) оценка реакций - действий пользователей (клики на ссылки, ответы на вопросы)</p> <p>Б) график публикаций за определенный период времени</p> <p>В) отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-либо целевые действия, к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах</p> <p>Г) число фанов страницы / подписчиков в группе, увидевших сообщения в новостных лентах</p> <p>Д) инструмент, позволяющий отслеживать статистику посещения сайтов</p> <p>3) Выберите один правильный ответ.</p> <p>Выберите термин, обозначающий аналитический процесс определения проблемы, сбора, обработки и анализа информации, а также выработки рекомендаций по решению проблемы.</p> <p>А) формирование гипотезы</p> <p>Б) маркетинговые исследования</p> <p>В) выборочное исследование</p> <p>Г) панельное исследование</p> <p>Д) мозговой штурм</p> <p>Е) фокус-группа</p> <p>4) Выберите несколько правильных ответов.</p> <p>Маркетинговая микросреда предприятия включает в себя</p> <p>А. Предприятие</p> <p>Б. Конкурентов</p> <p>В. Посредников</p> <p>Г. Поставщиков</p> |

|  | Оценочные мероприятия | Примеры типовых контрольных заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                       | <p>Д. Оборудование предприятия<br/> Е. Персонал предприятия<br/> Ж. Инфраструктуру предприятия<br/> 5) Выберите один правильный ответ.<br/> Метод маркетингового исследования через глубинное интервью, позволяющее протестировать идею или прототип нового товара на потенциальных потребителях<br/> А. Холл-тест<br/> Б. Эксперимент<br/> В. Опрос<br/> Г. Customer development<br/> Д. Фокус-группа<br/> Е. Консьерж-MVP<br/> Критерии оценивания: за правильный ответ студент получает 1 балл, за неправильный ответ – 0 баллов.<br/> 6) Выберите один правильный ответ.<br/> По данным итогового рейтинга «Автостата», рост цен в N году в Томской области на новые автомобили составил 12,1 %, а объемы продаж сократились на 18,4 %. Определите характер спроса:<br/> А) эластичный<br/> Б) неэластичный<br/> В) единичная эластичность<br/> Г) абсолютная эластичность<br/> 7) Определите, кто из перечисленных объектов может вступать в конкурентные отношения:<br/> А. Компании<br/> В. Покупатели<br/> С. Комплементарные товары<br/> D. Товары-субституты<br/> Е. Регионы<br/> F. Страны<br/> 8) Определите, как можно оценить уровень концентрации на рынке, если Индекс Херфиндаля-Хиршмана - на уровне 2000 (0,2 в долевом выражении), а индекс доли рынка - 0,2:<br/> А. Высоко концентрированный<br/> В. Умеренно концентрированный<br/> С. Неконцентрированный<br/> D. Нет верного ответа<br/> 9) Укажите, что из перечисленного ниже более всего характеризует естественную монополию на локальном рынке:<br/> А. товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены другими товарами<br/> В. товары, производимые субъектами естественной монополии, могут быть заменены другими товарами<br/> С. товары, производимые субъектами естественной монополии, являются субститутами прочим товарам на рынке<br/> D. нет верного варианта ответа.</p> |

|    | Оценочные мероприятия                   | Примеры типовых контрольных заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. | Компьютерная деловая игра БК «Максимум» | <p>В игре «БИЗНЕС-КУРС: Максимум» студент выступает в роли исполнительного органа открытого акционерного общества. Задача студента – эффективно управлять стоимостью предприятия в течение всего игрового курса. Это означает, что надо достигнуть как можно большего значения игрового рейтинга к концу игрового курса, а до этого не стать банкротом.</p> <p>Игровой курс продолжается 73 условных месяца, т.е. 6 лет и еще один месяц (необходимый для выплаты дивидендов по итогам последнего календарного года). Первый месяц игрового курса считается первым месяцем функционирования предприятия. До этого был лишь сформирован уставный капитал в размере 100 млн. руб. путем продажи 100 тыс. акций по номинальной стоимости 1000 руб. Начальные активы предприятия состоят только из этих денежных средств.</p> <p>В течение первого года перед пользователем стоит задача развертывания деятельности предприятия и получения первой прибыли. Затем появятся качественно новые задачи по обеспечению стабильного роста предприятия и укреплению его финансового положения и роста стоимости.</p> <p>Процесс игры состоит в следующем. В каждом месяце компьютер будет предоставлять богатую информацию о текущем положении дел на предприятии и внешнем окружении. После тщательного анализа этой информации студент принимает управленческие решения на текущий месяц и дает команду компьютеру на переход к следующему месяцу. Компьютер на основе математической модели, учитывающей огромное количество внутренних и внешних факторов, рассчитывает результаты месячной деятельности Предприятия и сформирует отчетность. Далее процесс повторяется: Пользователь анализирует полученную информацию, на этой основе принимает (корректирует) свои решения и переходит к новому месяцу.</p> |
| 4. | Экзамен                                 | <p>Примеры экзаменационных вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Выберите один правильный ответ.<br/>Расположите в правильном порядке этапы планирования процесса выведения на рынок товара-новинки <ol style="list-style-type: none"> <li>а) создание промышленных образцов и их рыночное тестирование</li> <li>б) создание прототипов / опытных образцов и их тестирование</li> <li>в) экономический анализ</li> <li>г) коммерциализация</li> <li>д) разработка и тестирование концепции нового товара</li> <li>е) поиск новых идей</li> <li>ж) селекция идей</li> </ol> </li> <li>2) Установите соответствие инструментов стратегического анализа и их характеристик. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. SWOT</li> <li>2. SNW</li> <li>3. BCG</li> <li>4. PESTLE</li> </ol> <p>А) Анализ сильных, нейтральных и слабых сторон компании<br/> Б) Матрица изучения сильных и слабых сторон компании, а также ее возможностей и угроз<br/> В) Матрица движения товара по этапам жизненного цикла<br/> Г) Анализ тенденций развития рынка, позволяет выявить возможности и угрозы</p> </li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|  | Оценочные мероприятия | Примеры типовых контрольных заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                       | <p>3) Установите соответствие матриц портфельного анализа и их характеристик.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Матрица Ансоффа</li> <li>2. Матрица БКГ</li> <li>3. Матрица Джeneral Электрик</li> <li>4. Матрица “ADL”</li> </ol> <p>А) инструмент формирования стратегии роста компании на основе анализа «товар-рынок»<br/> Б) инструмент анализа актуальности продуктов компании, исходя из роста спроса на данную продукцию и занимаемой доли на рынке<br/> В) инструмент формирования стратегии развития ассортимента компании на основе анализа «привлекательность отрасли – конкурентоспособность»<br/> Г) Анализ позиции в координатных осях «стадия жизненного цикла продукта – относительное положение на рынке».</p> <p>4) Установите последовательность этапов стратегического планирования маркетинга.</p> <p>Определение миссии организации<br/> Разработка долгосрочных и краткосрочных целей<br/> Оценка и анализ внешней среды<br/> Оценка внутренней среды организации<br/> Анализ стратегических альтернатив<br/> Выбор стратегии</p> <p>5) Выберите один правильный ответ.<br/> Выберите инструмент, позволяющий описать тенденции развития макросреды рынка:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) PESTLE – анализ</li> <li>2) SWOT – анализ</li> <li>3) SNW – анализ</li> <li>4) портфельный анализ</li> <li>5) анализ привлекательности отрасли</li> </ol> <p>6) Отметьте один наиболее правильный ответ.</p> <p>Способность товара быть проданным на рынке в присутствие конкурентов в определенный промежуток времени называется:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>А. Ликвидность товара</li> <li>Б. Конкурентоспособность товара</li> <li>В. Качество товара</li> <li>Г. Востребованность товара</li> </ol> <p>7) Установите правильную последовательность участников канала сбыта сверху вниз:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Дистрибьютор</li> <li>2 Производитель</li> <li>3 Потребитель</li> <li>4 Дилер</li> </ol> |

|    | Оценочные мероприятия                                    | Примеры типовых контрольных заданий                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                          | <p>5 Розничная торговая точка</p> <p>8) Установите последовательность типов целевой аудитории по отношению к новому товару от первых покупателей до последних:<br/>           А) Новаторы<br/>           Б) Последователи<br/>           В) Ранее большинство<br/>           Г) Позднее большинство<br/>           Д) Консерваторы</p> <p>9) Выберите один правильный ответ.<br/>           Определите этап проекта, на котором разрабатывается маркетинговая часть бизнес-плана:<br/>           А. Эксплуатационный<br/>           Б. Инвестиционный<br/>           В. Предынвестиционный<br/>           Г. Поисковый</p> <p>10) Выберите несколько правильных ответов.<br/>           Выберите процессы, характерные при оперативном управлении маркетингом:<br/>           1) составление письменного плана маркетинга<br/>           2) разработка стратегии позиционирования инновационного продукта<br/>           3) подготовка сметы, интегрирующей процесс маркетинга в рамках общего бюджета компании<br/>           4) портфельный анализ<br/>           5) анализ потребностей потребителей и жизненного цикла товара<br/>           6) контроль маркетинговой деятельности организации</p> |
| 5. | Выступление на конференции                               | Студенту предлагается подобрать научное мероприятие и выступить с докладом по теме дисциплины, заранее оговоренно с преподавателем.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 6. | Публикация статьи                                        | Студентам предлагается подготовить публикацию в бесплатный индексируемый журнал (РИНЦ), в частности, Beneficium (Великий Новгород), или другое издание подобного уровня. При этом оценивается наличие заранее определенной структуры статьи и соответствие теме дисциплины: аннотация, введение, методы исследования, результаты исследования, выводы и обсуждения, список литературы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 7. | ИДЗ «Управление маркетинговой деятельностью предприятия» | Студенту на выбор предлагается выбрать предприятие (в т.ч. объект исследования в диссертации). Студенту необходимо провести анализ маркетинговой деятельности предприятия.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

## 5. Методические указания по процедуре оценивания



|    | Оценочные мероприятия                                    | Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Защита отчета по лабораторной работе                     | Тест состоит из 10 вопросов. Каждый вопрос – 1 балл. При верном ответе на вопросы максимальное число баллов, получаемое студентами, 10 баллов.                                                                                                                                                                   |
| 2. | Тестирование и решение задач                             | Студентам предлагается для решения задачи, размещенных в электронном курсе, соответствующие трем подходам к оценке стоимости бизнеса. Максимальное число баллов, получаемое студентами – 10 баллов.                                                                                                              |
| 3. | Компьютерная деловая игра БК «Максимум»                  | По итогам каждого тура игры «Бизнес-курс Максимум» студенты получают баллы в зависимости от рейтинга (1 балл), общее максимальное число баллов за все этапы игры – 6 баллов. Победа по итогам всех этапов игры оценивается в максимальное число баллов – 4. Итого – 10 баллов.                                   |
| 4. | Экзамен                                                  | В билете представлены 20 тестовых вопросов, верный ответ на каждый вопрос оценивается в 1 балл, неверный – 0 баллов. Итоговое максимальное число баллов за экзамен – 20 баллов.                                                                                                                                  |
| 5. | Выступление на конференции                               | Факт очного выступления на конференции по согласованной заранее теме в рамках дисциплины «Управление конкурентоспособности» оценивается в 5 баллов.                                                                                                                                                              |
| 6. | Публикация статьи                                        | Статья, опубликованная в журнале и соответствующая всем требованиям оценивается в 10 баллов. Возможно также частичное выполнение критериев. Наличие публикации – 4 балла; аннотация – 1 балл; введение – 1 балл; методы – 1 балл; результаты – 1 балл; выводы и обсуждения – 1 балл; список литературы – 1 балл. |
| 7. | ИДЗ «Управление маркетинговой деятельностью предприятия» | Оценка 5 факторов конкурентоспособности территории на примере моногорода оценивается максимум в 5 баллов. При этом возможно частичное выполнение задания. Корректная оценка каждого из факторов – 2 балла. Итого 10 баллов.                                                                                      |

### КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ 2019/ 2020 учебный год

| ОЦЕНКИ                            |   |                 | Дисциплина<br><i>«Управление маркетинговой деятельностью»</i><br><br>по направлению <u>38.04.02</u> «Менеджмент» | Лекции                   | 8          | час.        |
|-----------------------------------|---|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------|-------------|
| «Отлично»                         | A | 90 - 100 баллов |                                                                                                                  | Практ. занятия           | 16         | час.        |
|                                   | B | 80 – 89 баллов  |                                                                                                                  | Лаб. занятия             | 24         | час.        |
| «Хорошо»                          | C | 70 – 79 баллов  |                                                                                                                  | <b>Всего ауд. работа</b> | 48         | <b>час.</b> |
|                                   | D | 65 – 69 баллов  |                                                                                                                  | CPC                      | 168        | час.        |
| «Удовл.»                          | E | 55 – 64 баллов  |                                                                                                                  | <b>ИТОГО</b>             | <b>216</b> | <b>час.</b> |
|                                   | F | 0 - 54 баллов   |                                                                                                                  |                          | <b>3</b>   | <b>з.е.</b> |
| Зачтено                           | P | 55 - 100 баллов |                                                                                                                  |                          |            |             |
| Неудовлетворительно/<br>незачтено | F | 0 - 54 баллов   |                                                                                                                  |                          |            |             |

**Результаты обучения по дисциплине:**

|     |                                                                                                               |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| РД1 | Знание методологии и технологий современного маркетинга                                                       |
| РД2 | Владение навыками организации конкретного вида деятельности в практике управления маркетинговой деятельностью |
| РД3 | Владение навыками создания системы контроля и аудита в управлении маркетинговой деятельностью                 |

**Оценочные мероприятия:**

| Оценочные мероприятия            |                                         | Кол-во | Баллы      |
|----------------------------------|-----------------------------------------|--------|------------|
| <b>Текущий контроль:</b>         |                                         |        | <b>80</b>  |
| <b>ТК1</b>                       | Отчет по лабораторной работе            | 6      | 60         |
| <b>ТК2</b>                       | Тестирование и решение задач            | 2      | 10         |
| <b>ТК3</b>                       | Компьютерная деловая игра БК «Максимум» | 1      | 10         |
| <b>Промежуточная аттестация:</b> |                                         |        | <b>20</b>  |
| <b>ПА1</b>                       | Экзамен                                 | 1      | 20         |
| <b>ИТОГО</b>                     |                                         |        | <b>100</b> |

**Дополнительные баллы**

| Учебная деятельность /<br>оценочные мероприятия |                                                             | Кол-во | Баллы     |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------|-----------|
| <b>ДП1</b>                                      | Выступление на конференции                                  | 1      | 5         |
| <b>ДП2</b>                                      | Публикация статьи                                           | 1      | 10        |
| <b>ДП3</b>                                      | ИДЗ «Управление маркетинговой<br>деятельностью предприятия» | 1      | 10        |
| <b>ИТОГО</b>                                    |                                                             |        | <b>30</b> |

| Неделя | Результат обучения по дисциплине | Вид учебной деятельности по разделам                                                          | Кол-во часов |      | Оценочное мероприятие | Кол-во баллов | Информационное обеспечение |                     |               |
|--------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|-----------------------|---------------|----------------------------|---------------------|---------------|
|        |                                  |                                                                                               | Ауд.         | Сам. |                       |               | Учебная литература         | Электронные ресурсы | Видео-ресурсы |
| 1-2    |                                  | <b>Раздел 1. Введение</b>                                                                     | 7            | 18   |                       |               |                            |                     |               |
| 1      | РД1                              | <b>Лекция 1.</b> Теоретические основы управления маркетинговой деятельностью                  | 1            |      |                       |               | ОСН1-2<br>ДОП2             | ЭР1-2               |               |
|        |                                  | <b>Лабораторная работа 1.</b> Разработка стратегии роста компании с применением БК «Максимум» | 2            |      |                       |               |                            | ЭР3                 |               |

| Неделя | Результат обучения по дисциплине | Вид учебной деятельности по разделам                                                              | Кол-во часов |      | Оценочное мероприятие | Кол-во баллов | Информационное обеспечение |                     |               |
|--------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|-----------------------|---------------|----------------------------|---------------------|---------------|
|        |                                  |                                                                                                   | Ауд.         | Сам. |                       |               | Учебная литература         | Электронные ресурсы | Видео-ресурсы |
|        |                                  | СРС<br>- подготовка к тесту;<br>подготовка к ЛБ (пробная игра в БК «Максимум»);                   |              | 9    |                       |               | ОСН1-2<br>ДОП2             | ЭР1-3               |               |
| 2      | РД1                              | <b>Практическое занятие 1.</b> Игровое занятие «Термины».                                         | 2            |      |                       |               | ДОП2                       |                     |               |
|        |                                  | <b>Лабораторная работа 2.</b> Разработка стратегии роста компании с применением БК «Максимум»     | 2            |      | ТК1                   | 10            |                            |                     |               |
|        |                                  | СРС<br>- подготовка к тесту;<br>- подготовка к ЛБ (пробная игра в БК «Максимум»);                 |              | 9    |                       |               | ДОП2                       | ЭР1-3               |               |
| 3-4    | РД1                              | <b>Раздел 2. Принципы управления маркетинговой деятельностью</b>                                  | 7            | 30   |                       |               |                            |                     |               |
| 3      | РД1                              | <b>Лекция 2.</b> Принципы управления маркетинговой деятельностью                                  | 1            |      |                       |               | ОСН1-2<br>ДОП2             |                     |               |
|        |                                  | <b>Лабораторная работа 3.</b> Анализ жизненного цикла товара компании с применением БК «Максимум» | 2            |      |                       |               |                            | ЭР3                 |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>подготовка к ЛБ и ПК;                                 |              | 15   |                       |               | ОСН1-2<br>ДОП2             | ЭР3                 |               |
| 4      | РД1                              | <b>Практическое занятие 2.</b> Деловая игра «Жизненный цикл товара».                              | 2            |      |                       |               | ОСН1-2<br>ДОП2             |                     |               |
|        |                                  | <b>Лабораторная работа 4.</b> Анализ жизненного цикла товара компании с применением БК «Максимум» | 2            |      | ТК1                   | 10            | ОСН1-2<br>ДОП2             | ЭР3                 |               |

| Неделя | Результат обучения по дисциплине | Вид учебной деятельности по разделам                                                              | Кол-во часов |      | Оценочное мероприятие | Кол-во баллов | Информационное обеспечение |                     |               |
|--------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|-----------------------|---------------|----------------------------|---------------------|---------------|
|        |                                  |                                                                                                   | Ауд.         | Сам. |                       |               | Учебная литература         | Электронные ресурсы | Видео-ресурсы |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>подготовка к ЛБ и ПК;                                 |              | 15   |                       |               | ОСН1-2<br>ДОП2             | ЭР3                 |               |
| 5-6    |                                  | <b>Раздел 3. Функции управления маркетинговой деятельностью</b>                                   | 7            | 30   |                       |               |                            |                     |               |
| 5      | РД1                              | Лекция 3. Функции управления маркетинговой деятельностью                                          | 1            |      |                       |               | ОСН1-2<br>ДОП2             |                     |               |
|        |                                  | Лабораторная работа 5. Формирование конкурентных преимуществ компании с применением БК «Максимум» | 2            |      |                       |               |                            | ЭР3                 |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>- просмотр видео лекций;                              |              | 15   |                       |               | ОСН1-2<br>ДОП2             | ЭР3                 |               |
| 6      | РД1                              | Практическое занятие 3. Деловая игра «Маркетинговая деятельность фирмы»                           | 2            |      |                       |               |                            |                     |               |
|        |                                  | Лабораторная работа 6. Формирование конкурентных преимуществ компании с применением БК «Максимум» | 2            |      | ТК1                   | 10            | ОСН1                       | ЭР3                 |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>- подготовка к ЛБ и ПК;                               |              | 15   |                       |               | ОСН1                       | ЭР3                 |               |
| 7-8    |                                  | <b>Раздел 4. Маркетинг в структуре управления предприятием</b>                                    | 8            | 30   |                       |               |                            |                     |               |
| 7      | РД2                              | Лекция 4. Маркетинг в структуре управления предприятием                                           | 2            |      |                       |               | ОСН1-2<br>ДОП2             |                     |               |
|        |                                  | Лабораторная работа 7. Анализ бюджета маркетинга компании с применением БК «Максимум»             | 2            |      |                       |               |                            | ЭР3                 |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>- просмотр видео лекций;                              |              | 15   |                       |               |                            | ЭР3                 |               |

| Неделя | Результат обучения по дисциплине | Вид учебной деятельности по разделам                                                         | Кол-во часов |      | Оценочное мероприятие | Кол-во баллов | Информационное обеспечение |                     |               |
|--------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|-----------------------|---------------|----------------------------|---------------------|---------------|
|        |                                  |                                                                                              | Ауд.         | Сам. |                       |               | Учебная литература         | Электронные ресурсы | Видео-ресурсы |
| 8      | РД2                              | <i>Практическое занятие 4.</i> Деловая игра «Оргструктура».                                  | 2            |      |                       |               | ДОП2                       |                     |               |
|        |                                  | <i>Лабораторная работа 8.</i> Анализ бюджета маркетинга компании с применением БК «Максимум» | 2            |      | ТК1                   | 10            |                            | ЭР3                 |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>- подготовка к ЛБ и ПК;                          |              | 15   |                       |               | ДОП1<br>ДОП2               | ЭР3                 |               |
| 9      |                                  | <b>Конференц-неделя 1</b>                                                                    |              |      |                       |               |                            |                     |               |
|        |                                  | Конференция                                                                                  |              |      | ДП1                   |               |                            |                     |               |
|        |                                  | Контролирующие мероприятия (ЦОКО)                                                            |              |      |                       |               |                            |                     |               |
|        |                                  | СРС                                                                                          |              |      |                       |               |                            |                     |               |
|        |                                  | <b>Всего по контрольной точке (аттестации) 1</b>                                             | 29           | 108  |                       | 40            |                            |                     |               |
| 10-12  | РД2                              | <b>Раздел 5. Процесс управления маркетинговой деятельностью</b>                              | 6            | 30   |                       |               |                            |                     |               |
| 10     | РД2                              | <i>Лекция 5</i> Процесс управления маркетинговой деятельностью                               | 2            |      |                       |               | ОСН1-2                     |                     |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>- просмотр видео лекций;                         |              | 15   |                       |               | ОСН1-2                     |                     |               |
|        |                                  | <i>Практическое занятие 5.</i> Практическое занятие «Потенциал рынка»                        | 2            |      | ТК2                   | 5             | ОСН1-2                     |                     |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>- подготовка к ЛБ и ПК                           |              | 15   |                       |               | ОСН1-2                     |                     |               |
| 11     | РД2                              | <i>Лабораторная работа 9.</i> Анализ потенциала рынка с применением БК «Максимум»            | 2            |      |                       |               |                            | ЭР3                 |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;                                                     |              |      |                       |               |                            | ЭР3                 |               |

| Неделя | Результат обучения по дисциплине | Вид учебной деятельности по разделам                                                                 | Кол-во часов |      | Оценочное мероприятие | Кол-во баллов | Информационное обеспечение |                     |               |
|--------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|-----------------------|---------------|----------------------------|---------------------|---------------|
|        |                                  |                                                                                                      | Ауд.         | Сам. |                       |               | Учебная литература         | Электронные ресурсы | Видео-ресурсы |
|        |                                  | подготовка к ЛБ                                                                                      |              |      |                       |               |                            |                     |               |
| 12-17  |                                  | <b>Раздел 6. Контроль, оценка и аудит маркетинговой деятельности</b>                                 | 14           | 30   |                       |               |                            |                     |               |
| 12     | РДЗ                              | Лекция 6. Мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия                                 | 2            |      |                       |               | ОСНЗ                       |                     |               |
|        |                                  | СРС<br>- подготовка к ЛБ;                                                                            |              | 5    |                       |               | ОСНЗ                       |                     |               |
|        |                                  | Практическое занятие 6 Деловая игра «Разработка плана аудита маркетинга»                             | 2            |      | ТК2                   | 5             | ОСНЗ                       |                     |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>- подготовка к ЛБ и ПК                                   |              | 5    |                       |               | ОСНЗ                       |                     |               |
| 13     | РДЗ                              | Лабораторная работа 10. Проведение аудита маркетинга компании-конкурента с применением БК «Максимум» | 2            |      | ТК3                   | 10            |                            | ЭР3                 |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>- подготовка к ЛБ                                        |              | 5    |                       |               | ОСН1                       | ЭР3                 |               |
| 14     |                                  | Практическое занятия 7. Научные методы исследования в маркетинговой деятельности.                    | 2            |      | ДПЗ                   | 10            |                            |                     |               |
|        |                                  | СРС<br>- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;<br>- подготовка к ЛБ и ПК           |              | 5    |                       |               | ДОП1                       |                     |               |
| 15     | РДЗ                              | Лабораторная работа 11. Математическое моделирование с применением программного продукта STATISTICA  | 2            |      | ТК1                   | 10            | ДОП1                       | ЭР4                 |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>- подготовка к ЛБ                                        |              | 5    |                       |               | ДОП1                       | ЭР4                 |               |

| Неделя | Результат обучения по дисциплине | Вид учебной деятельности по разделам                                                            | Кол-во часов |      | Оценочное мероприятие | Кол-во баллов | Информационное обеспечение |                     |               |
|--------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|-----------------------|---------------|----------------------------|---------------------|---------------|
|        |                                  |                                                                                                 | Ауд.         | Сам. |                       |               | Учебная литература         | Электронные ресурсы | Видео-ресурсы |
| 16     | РДЗ                              | <b>Практическое занятия 8.</b> Подготовка статей, диссертационного исследования                 | 2            |      | ДП2                   | 10            |                            |                     |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>подготовка к ПК                                     |              |      |                       |               | ДОП1                       |                     |               |
| 17     | РДЗ                              | <b>Лабораторная работа 12.</b> Визуализация данных с применением программного продукта «Orange» | 2            |      | ТК1                   | 10            |                            | ЭР4                 |               |
|        |                                  | СРС<br>- работа с лекционным материалом;<br>- подготовка к ЛБ                                   |              | 5    |                       |               |                            | ЭР4                 |               |
| 18     |                                  | <b>Конференц-неделя 2</b>                                                                       |              |      |                       |               |                            |                     |               |
|        |                                  | Конференция                                                                                     |              |      | ДП1                   | 5             |                            |                     |               |
|        |                                  | Контролирующие мероприятия (ЦОКО)                                                               |              |      |                       |               |                            |                     |               |
|        |                                  | СРС                                                                                             |              |      |                       |               |                            |                     |               |
|        |                                  | Консультационное занятие                                                                        |              |      |                       |               |                            |                     |               |
|        |                                  | <b>Всего по контрольной точке (аттестации) 2</b>                                                | 18           | 60   |                       | 40            |                            |                     |               |
|        |                                  | <b>Общий объем работы по дисциплине</b>                                                         | 48           | 168  |                       | 100           |                            |                     |               |

#### Информационное обеспечение:

| № (код) | Основная учебная литература (ОСН)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОСН1    | Джикович, Ю. В. Практический маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Джикович, А. А. Арефьева, Е. Е. Вольнов ; под редакцией Г. С. Никифорова. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-8114-3637-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/116375">https://e.lanbook.com/book/116375</a> (дата обращения: 29.04.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.                                                                                                                               |
| ОСН2    | Цахаев, Р. К.. Маркетинг : учебник [Электронный ресурс] / Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В.. — 3-е изд.. — Москва: Дашков и К, 2017. — 552 с.. — Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению подготовки “Экономика”. — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. — ISBN 978-5-394-02746-8. Схема доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/93523">https://e.lanbook.com/book/93523</a> (контент). |

| № (код) | Название электронного ресурса (ЭР)                                                                                 | Адрес ресурса                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ЭР1     | Селевич Т.С. Маркетинг : электронный курс                                                                          | <a href="http://design.lms.tpu.ru/enrol/index.php?id=2505">http://design.lms.tpu.ru/enrol/index.php?id=2505</a>                                                                                                                                                                                                                           |
| ЭР2     | Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (с изм. и доп., вступившими в силу 1.01.2019) | <a href="http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&amp;base=LAW&amp;n=315087&amp;fld=134&amp;dst=1000000001_0&amp;rnd=0.7149902670561952#05847678940725154">http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&amp;base=LAW&amp;n=315087&amp;fld=134&amp;dst=1000000001_0&amp;rnd=0.7149902670561952#05847678940725154</a> . |

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОСНЗ       | Котлер, Филипп. Маркетинг менеджмент : учебник : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. — 12-е изд.. — Санкт-Петербург: Питер, 2012. — 816 с.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| №<br>(код) | Дополнительная учебная литература (ДОП)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ДОП1       | Морозов, Ю. В.. Основы маркетинга : учебное пособие [Электронный ресурс] / Морозов Ю. В.. — 8-е изд.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 148 с.. — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. — ISBN 978-5-394-02156-5. Схема доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/93309">https://e.lanbook.com/book/93309</a> (контент)                                                                                                                                                                                                                                |
| ДОП2       | Романов, А. А.. Маркетинг [Электронный ресурс] / Романов А. А., Басенко В. П., Жуков Б. М.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 440 с.. — Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по группе специальностей «Экономика и управление». — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. — ISBN 978-5-394-01311-9. Схема доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/93316">https://e.lanbook.com/book/93316</a> (контент) |

|     |                                                                           |                                                                                                                                                                                                       |
|-----|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ЭР3 | Бизнес-курс «Максимум»                                                    | <a href="http://www.vkkb.ru">www.vkkb.ru</a>                                                                                                                                                          |
| ЭР4 | Континент свободы. Свободно распространяемые программные продукты. Orange | <a href="https://континентсвободы.рф/офис/прочее/orange-визуализация-данных-и-машинное-обучение.html">https://континентсвободы.рф/офис/прочее/orange-визуализация-данных-и-машинное-обучение.html</a> |
| ЭР5 | Test firm. Сайт для поиска отчетности компаний                            | <a href="https://www.testfirm.ru/">https://www.testfirm.ru/</a>                                                                                                                                       |