

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"

Авторы-составители: **Антинескул Екатерина Александровна**
Ежова Лариса Сергеевна

Рабочая программа дисциплины
БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ И КОММЕРЦИИ
Код УМК 99552

Утверждено
Протокол №10
от «08» июня 2022 г.

Пермь, 2022

1. Наименование дисциплины

Бизнес-коммуникации в маркетинге и коммерции

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление подготовки: **38.03.06** Торговое дело
направленность Маркетинг и коммерция

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Бизнес-коммуникации в маркетинге и коммерции** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.03.06 Торговое дело (направленность : Маркетинг и коммерция)

ПК.3 Способен осуществлять организацию процессов анализа требований к обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции

Индикаторы

ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами

ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции

4. Объем и содержание дисциплины

Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело (направленность: Маркетинг и коммерция)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	10,11
Объем дисциплины (з.е.)	5
Объем дисциплины (ак.час.)	180
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	70
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	42
Самостоятельная работа (ак.час.)	110
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Письменное контрольное мероприятие (6)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (10 триместр) Экзамен (11 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Бизнес-коммуникации в маркетинге и коммерции

В рамках изучения факультатива рассматриваются направления коммуникаций с целевой аудиторией, этические вопросы в области маркетинговых коммуникаций и учитывает специфику различий культурной интерпретации эффективной маркетинговой коммуникационной политики.

Входной контроль

Осуществляется проверка коммуникационных навыков студентов: выступление межличностное взаимодействие и уровень разговорного английского языка

Проверяется знание терминов. Объект, предмет, коммуникации. Виды коммуникационного пространства. Модель процесса коммуникации.

Классификация коммуникаций.

Тема 1. Теоретические аспекты бизнес-коммуникаций

Different aspects of the word "Business?". Modern definition of business. Concepts and activities of business.

Various parts of business: production, distribution, buying, sale of goods (retailing), services for a profit.

Introducing and making arrangements. Telephoning. Repeat business. Code of practice. Customer care. Making an offer

Business writing: forms (a membership form), messages, notices

C

Тема 2. Деловая коммуникация

A business agreement. Stages of negotiations. Targets for the negotiations and negotiating techniques. What are good negotiators like?

Business writing: faxes, telexes, memo reports, e-mails.

Тема 3. Организационные коммуникации

Make-up of a Business letter. Abbreviations. Simple commercial letter and its parts. Enquiries. Offers. Orders. Claims. Contract for Sale / Purchase of goods.

Business writing: job advertisement, curriculum vitae

Тема 4. Маркетинговые коммуникации

Types of products. Product's features and characteristics. A sales presentation at the exhibition. Chemical products. Marketing. Marketing mix. Describing target markets. Advertising as an important element of the marketing functions. Different media for advertising. Analyzing advertisements.

Business writing: a letter of complaint to the Advertising Standards Authority.

Тема 5. Бизнес-коммуникации в управлении персоналом

Business fields of careers: management, marketing accounting, finance, data processing. Management styles. Forms of internal recruitment. Recruitment from outside the organization. Choosing your first job. Making an interview.

Business writing: application form, a letter of application.

Тема 6. Принятие решений и нацеленность на результат

Индивидуальный и коллективный подход. Лидерство. Процесс-ориентированность, результат-ориентированность.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Спивак, В. А. Деловая этика : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 523 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00847-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/433061>
2. Генералова, С. В. Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров : практикум / С. В. Генералова. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 59 с. — ISBN 978-5-4487-0728-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/97408.html>
3. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 460 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3684-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/426318>

Дополнительная:

1. Спивак, В. А. Деловая этика : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 523 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00847-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/433061>
2. Каверин, Б. И. Ораторское искусство : учебное пособие для вузов / Б. И. Каверин, И. В. Демидов. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 255 с. — ISBN 5-238-00747-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71204>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<http://www.marketingandresearch.ru/> Издательский дом Гребенников маркетинг, менеджмент, финансы, управление персоналом

<http://marketing.web-standart.net> Журнал практический маркетинг и маркетинговые исследования в интернет. Новости маркетинга и рекламы

<https://www.marketing.spb.ru/mass/> Энциклопедия маркетинга

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Бизнес-коммуникации в маркетинге и коммерции** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной

доской.

5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Бизнес-коммуникации в маркетинге и коммерции**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ПК.3

Способен осуществлять организацию процессов анализа требований к обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами</p>	<p>Уметь: эффективно общаться с потребителем товаров и услуг на основе знаний его потребностей и современных рыночных технологий</p>	<p align="center">Неудовлетворител не знает и не умеет использовать способы к эффективного общения с потребителем товаров и услуг на основе знаний его потребностей и современных рыночных технологий</p> <p align="center">Удовлетворительн знает способы к эффективного общения с потребителем товаров и услуг на основе знаний его потребностей и современных рыночных технологий</p> <p align="center">Хорошо знает и умеет, допуская ошибки, использовать способы к эффективного общения с потребителем товаров и услуг на основе знаний его потребностей и современных рыночных технологий</p> <p align="center">Отлично знает и умеет использовать способы к эффективного общения с потребителем товаров и услуг на основе знаний его потребностей и современных рыночных технологий</p>
<p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных</p>	<p>Знать основополагающие принципы делового общения и закономерности ведения бизнеса в международных бизнес-сообществах на микро- и макроуровнях. Уметь применять современные языковые тактики; обрабатывать информацию по теме на иностранном языке</p>	<p align="center">Неудовлетворител Не знает основополагающие принципы делового общения и закономерности ведения бизнеса в международных бизнес-сообществах на микро- и макроуровнях. Не умеет применять современные языковые тактики; обрабатывать информацию по теме на иностранном языке</p> <p align="center">Удовлетворительн Демонстрирует частично знания основополагающих принципов делового общения и закономерности ведения бизнеса в международных бизнес-сообществах на</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p>		<p>Удовлетворительн микро- и макроуровнях. Демонстрирует частично умения применять современные языковые тактики; обрабатывать информацию по теме на иностранном языке</p> <p>Хорошо Знает, допуская ошибки, основополагающие принципы делового общения и закономерности ведения бизнеса в международных бизнес-сообществах на микро- и макроуровнях. Умеет, допуская ошибки, применять современные языковые тактики; обрабатывать информацию по теме на иностранном языке</p> <p>Отлично Знает основополагающие принципы делового общения и закономерности ведения бизнеса в международных бизнес-сообществах на микро- и макроуровнях. Умеет применять современные языковые тактики; обрабатывать информацию по теме на иностранном языке</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Знать: - правила и нормы деловой коммуникации; - специфику коммуникативных типов субъектов общения;
ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами	Тема 1. Теоретические аспекты бизнес-коммуникаций Письменное контрольное мероприятие	- знать основополагающие принципы делового общения и закономерности ведения бизнеса в международных бизнес-сообществах на микро- и макроуровнях

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p> <p>ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами</p>	<p>Тема 2. Деловая коммуникация</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>- методологию и технологию поиска и извлечения знаний из различных видов информационных носителей;- способы презентации информации и продукта;- структуру, языковые характеристики и национально-культурную специфику различных видов устной и письменной международной коммуникации;</p>
<p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p> <p>ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами</p>	<p>Тема 3. Организационные коммуникации</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>- о межнациональных и межкультурных различиях в самопрезентации и ведении переговоров: разница в коммуникации восточных и западных культур, особенности латиноамериканской коммуникации.</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	6
61-80% правильных ответов	5
41-60% правильных ответов	3
менее 41% правильного ответа	2

Тема 1. Теоретические аспекты бизнес-коммуникаций

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильного ответа	12

Тема 2. Деловая коммуникация

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильного ответа	13

Тема 3. Организационные коммуникации

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
-----------------------	-------

81-100% правильных ответов	40
61-80% правильных ответов	32
41-60% правильных ответов	23
менее 41% правильного ответа	16

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p> <p>ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами</p>	<p>Тема 4. Маркетинговые коммуникации</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>- проектировать, организовывать и осуществлять различные формы международной коммуникации, сотрудничества, в том числе научно-образовательные проекты (конгрессная деятельность, академический обмен, международные конкурсы, фандрейзинговая деятельность, участие в международных тендерах и развитие межнациональных связей в бизнесе и т.п.).</p>

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p> <p>ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами</p>	<p>Тема 5. Бизнес-коммуникации в управлении персоналом Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>пользоваться технологиями поиска, извлечения, обработки и презентации информации из различных источников (научного, научно-популярного, газетно-публицистического, делового, художественного текста) (в устной и письменной форме); в частности, уметь понимать содержание аутентичного языка (без словаря или с минимальным обращением к словарю) и создавать собственные коммуникативные конструкции по тематике, связанной со сферой дальнейшего применения;</p>
<p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p> <p>ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами</p>	<p>Тема 6. Принятие решений и нацеленность на результат Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>- использовать теоретические и практические знания в области международной коммуникации;- ориентироваться в системе современных коммуникаций, существующих в мировом сообществе и в современных процессах коммуникации в России и за рубежом в условиях глобализации и информационного общества;- пополнять профессиональные знания на основе использования оригинальных источников, в том числе электронных и на иностранном языке в сфере образования, науки и предпринимательства</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Тема 4. Маркетинговые коммуникации

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильного ответа	12

Тема 5. Бизнес-коммуникации в управлении персоналом

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильного ответа	12

Тема 6. Принятие решений и нацеленность на результат

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	40
61-80% правильных ответов	32
41-60% правильных ответов	23
менее 41% правильного ответа	16