

**Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

**Направление подготовки/специальность: 38.03.02 Менеджмент**

**Наименование образовательной программы: Финансовый менеджмент**

**Уровень образования: высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения: Очно-заочная**

**Оценочные материалы  
по дисциплине  
Управление взаимоотношениями с клиентами**

**Москва  
2022**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c3

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка  
подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Епифанов В.А.
	Идентификатор	Rad930396-YerifanovVA-60810d9c

(подпись)

В.А.

Епифанов

(расшифровка  
подписи)

Заведующий  
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c3

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка  
подписи)

## ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

и включает:

**для текущего контроля успеваемости:**

Форма реализации: Письменная работа

1. Взаимоотношения клиентов при сделках и аналитические возможности CRM (Проверочная работа)
2. Персональные ценности личности и сущность концепции CRM (Контрольная работа)
3. Процессы управления клиентами на основе CRM системы (Контрольная работа)
4. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода (Контрольная работа)
5. Теоретические аспекты современных взаимоотношений с клиентами (Контрольная работа)
6. Факторы внутреннего влияния на взаимоотношения с клиентами (Контрольная работа)

## БРС дисциплины

8 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %						
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5	КМ-6
	Срок КМ:	4	6	8	10	14	15
Теоретические аспекты современных взаимоотношений с клиентами							
Основные психологические факторы, определяющие поведение клиента - потребителя	+						
Роль информированности и отношения клиентов к товару в процессе формирования покупательского поведения	+						
Управление покупателем и моделирование покупательского поведения	+						
Факторы внутреннего влияния на взаимоотношения с клиентами							
Методы сбора и обработки информации, инструменты анализа данных			+	+			

Восприятие и обработка информации		+	+			
Персональные ценности личности и сущность концепции CRM						
Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы как личностные факторы клиента		+	+			
Сущность и принципы концепции CRM		+	+			
Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода						
Состояние рынка и особенности проектов по внедрению систем управления взаимоотношениями с клиентами				+		
Реализация функций маркетинга				+		
Процессы управления клиентами на основе CRM системы						
Процесс разработки стратегии CRM					+	+
Управление клиентами на основе маркетинговых технологий					+	+
Поддержка процессов продаж в CRM-системах					+	+
Взаимоотношения клиентов при сделках и аналитические возможности CRM						
Взаимоотношения клиентов при сделках					+	+
Аналитические возможности CRM					+	+
Вес КМ:	10	20	20	10	20	20

§Общая часть/Для промежуточной аттестации§

### БРС курсовой работы/проекта

8 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	15
Согласование темы работы и содержания. Оформление Введения.		+			
Сбор и анализ теоретической информации. оформление Первой главы работы.			+		
Сбор информации и проведение расчётов практической части. Оформление 2 главы работы и Заключения.				+	
Оформление Курсовой работы. Подготовка Презентации для защиты.					+
Вес КМ:		15	30	30	25

## СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### *I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций*

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ПК-1(Компетенция)	<p>Знать:</p> <p>процессы групповой динамики и принципы формирования команды</p> <p>основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач</p> <p>Уметь:</p> <p>проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p> <p>применять на практике основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач</p>	<p>Теоретические аспекты современных взаимоотношений с клиентами (Контрольная работа)</p> <p>Факторы внутреннего влияния на взаимоотношения с клиентами (Контрольная работа)</p> <p>Персональные ценности личности и сущность концепции CRM (Контрольная работа)</p> <p>Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода (Контрольная работа)</p> <p>Процессы управления клиентами на основе CRM системы (Контрольная работа)</p> <p>Взаимоотношения клиентов при сделках и аналитические возможности CRM (Проверочная работа)</p>

## **II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания**

### **КМ-1. Теоретические аспекты современных взаимоотношений с клиентами**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 10

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 45 минут. Работа выполняется индивидуально

#### **Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по пройденному материалу

#### **Контрольные вопросы/задания:**

Знать: основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Стратегия управления клиентскими отношениями</li><li>2. "Индустриализация" продаж и маркетинга</li><li>3. Назначение стратегии CRM</li><li>4. Определение термина CRM</li><li>5. Сущность и принципы концепции CRM</li><li>6. Предпосылки возникновения данного подхода</li><li>7. Информационные системы управления взаимоотношения с клиентом (CRM)</li><li>8. Назначение, взаимосвязь с применением концепции CRM</li><li>9. Взаимосвязь с КИС</li><li>10. Классификация и функции, типы CRM</li></ol>
--	--

#### **Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

### **КМ-2. Факторы внутреннего влияния на взаимоотношения с клиентами**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 45 минут. Работа выполняется индивидуально

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по пройденному материалу

**Контрольные вопросы/задания:**

Знать: процессы групповой динамики и принципы формирования команды	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные компоненты систем CRM</li> <li>2. Источники эффективности CRM</li> <li>3. Источники эффективности CRM</li> <li>4. Критерии применимости концепции</li> <li>5. Преимущества, получаемые от внедрения CRM</li> <li>6. Архитектурные компоненты системы CRM</li> <li>7. Интеграция с другими системами</li> <li>8. Обзор рынка CRM-решений</li> <li>9. Рынок Российских CRM-систем</li> <li>10. Основные критерии выбора CRM-системы</li> </ol>
--	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

**КМ-3. Персональные ценности личности и сущность концепции CRM**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 45 минут. Работа выполняется индивидуально

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по пройденному материалу

**Контрольные вопросы/задания:**

Знать: процессы групповой динамики и принципы формирования команды	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внедрение систем управления взаимоотношениями с клиентами</li> <li>2. Точки взаимодействия компании и клиента</li> <li>3. Управление взаимоотношениями с партнерами, каналы взаимодействия B2B</li> <li>4. Эволюция методов удержания клиентов</li> <li>5. Программы лояльности</li> <li>6. Особенности CRM-систем в различных сферах деятельности</li> <li>7. Внедрение CRM-систем в финансовых</li> </ol>
--	---

	<p>организациях (банки, страховые и инвестиционные компании)</p> <p>8. Возможные предложения развития («стратегия второго продукта», кросс-продажи, финансовый консалтинг)</p> <p>9. Проблемы автоматизации клиентского взаимодействия в финансовых организациях</p> <p>10. Стратегические требования к подразделениям, осуществляющим взаимодействие с клиентами</p>
--	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

**КМ-4. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 10

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 45 минут. Работа выполняется индивидуально

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по пройденному материалу

**Контрольные вопросы/задания:**

<p>Уметь: применять на практике основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Лучшие практики применения CRM - систем в различных сферах деятельности</li> <li>2. Обзор направлений развития функций CRM - системы</li> <li>3. Анализ неудач проектов по внедрению CRM-систем</li> <li>4. Основные проблемы российских компаний-производителей при работе с каналами продаж</li> <li>5. Использование CRM-систем в сфере торгового маркетинга</li> <li>6. Внедрение CRM- систем в сфере розничных продаж</li> <li>7. Управление ценой и формирование пакетов услуг</li> <li>8. Внедрение CRM-систем в телекоммуникационных компаниях</li> <li>9. Обслуживание клиентов на основе модели</li> </ol>
---	--



	ценности 10.Расчет доходности/ценности клиентов
--	--

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

**КМ-5. Процессы управления клиентами на основе CRM системы**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 45 минут. Работа выполняется индивидуально

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа по пройденному материалу

**Контрольные вопросы/задания:**

<p>Уметь: проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Методы удержания клиента</li> <li>2.CRM поддержка маркетинговых кампаний «замкнутого цикла»</li> <li>3.Приемы совершенствования маркетинговых кампаний</li> <li>4.Управление маркетинговыми кампаниями в CRM-системах</li> <li>5.Сегментирование клиентов по стратегии приобретения</li> <li>6.Сегментирование клиентов по реакции на маркетинговые предложения</li> <li>7.Принципы сегментации клиентов. Формирование целевых групп клиентов</li> <li>8.Маркетинговые технологии в CRM- системах</li> <li>9.Маркетинг «по событию», маркетинг «по разрешению», маркетинг отношений и концепция «один на один»</li> <li>10.Эволюция маркетинга: продуктовый маркетинг, прямой маркетинг, целевой маркетинг</li> </ol>
---	--

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

## **КМ-6. Взаимоотношения клиентов при сделках и аналитические возможности CRM**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Проверочная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Длительность 30 минут. Работа выполняется индивидуально

**Краткое содержание задания:**

Проверочная работа по пройденному материалу

**Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Автоматизация продаж и мобильные решения CRM</li><li>2. CRM-поддержка и контроль функций менеджеров по продажам</li><li>3. Управление потенциальными сделками (функции расчета вероятности совершения сделки)</li><li>4. CRM-поддержка регламента продаж</li><li>5. Интеграция фронт-офисной деятельности</li><li>6. Управление информацией о контактах и контрагентах</li><li>7. Учет, управление, анализ продаж в CRM-системах</li><li>8. Основные функциональные модули и стратегии их использования</li><li>9. Системы автоматизации продаж</li><li>10. Оптимизация каналов продаж</li></ol>
--	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*  
*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется  
если задание преимущественно выполнено*

# СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

## 8 семестр

**Форма промежуточной аттестации:** Экзамен

### Пример билета

- 1) Понятие капитала предприятия. Основной капитал предприятия
- 2) Виды денежных потоков
- 3) Практическое задание

### Процедура проведения

Экзамен проводится в устной форме по билетам, время на подготовку к ответу - 45 минут

### *1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины*

#### **1. Компетенция/Индикатор:** ПК-1(Компетенция)

#### **Вопросы, задания**

- 1.Эволюция маркетинга: продуктовый маркетинг, прямой маркетинг, целевой маркетинг
- 2.Принципы сегментации клиентов. Формирование целевых групп клиентов
- 3.Методы удержания клиента. Оптимизация каналов продаж
- 4.Источники эффективности CRM
- 5.Классификация и функции, типы CRM. Основные компоненты систем CRM
- 6.Назначение, взаимосвязь с применением концепции CRM. Взаимосвязь с КИС.
- 7.Информационные системы управления взаимоотношения с клиентом (CRM)
- 8.Сущность и принципы концепции CRM. Предпосылки возникновения данного подхода.
- 9.Определение термина CRM
- 10.Назначение стратегии CRM

#### **Материалы для проверки остаточных знаний**

##### 1. Модуль управления процессами CRM-системы

Ответы:

- 1) позволяет исключить влияние человеческого фактора в процессе продаж
- 2) позволяет уменьшить влияние человеческого фактора в процессе продаж
- 3) позволяет увеличить влияние человеческого фактора в процессе продаж

Верный ответ: 2

##### 2. Модуль управления процессами CRM-системы

Ответы:

- 1) определяет процессы, которые выполняются программно
- 2) определяет процессы, которые выполняются менеджерами
- 3) определяет процессы, отдельные этапы которых могут выполняться как программно, так и с участием менеджеров

Верный ответ: 3

##### 3. Управление информацией о клиентах и контрагентах позволяет:

Ответы:

- 1) строить схемы организационной структуры предприятия
- 2) определить взаимосвязи между людьми
- 3) определить роль каждого человека в принятии решения о покупке

Верный ответ: 123

4. Управление информацией о клиентах и контрагентах позволяет:

Ответы:

- 1) хранить и систематизировать информацию о каждом контрагенте
- 2) хранить и систематизировать информацию о каждом клиенте
- 3) хранить и систематизировать информацию о каждом клиенте и контрагенте

Верный ответ: 3

5. Отличие CRM-системы от первых систем автоматизации продаж?

Ответы:

- 1) формирование базы по клиентам
- 2) накопление информации по продажам с клиентом
- 3) возможности анализа и прогнозирования продаж

Верный ответ: 3

6. Какой информационный поток наиболее часто отсутствует в CRM-системе компании, приводящий к устареванию информации о клиенте?

Ответы:

1. 1) получение менеджером информации из единой базы клиентов
- 2) внесение информации о клиенте менеджером в единую базу клиентов компании
- 3) внесение информации о клиенте менеджером в базу клиентов менеджера

Верный ответ: 2

7. Правильны ли следующие высказывания?

Ответы:

- 1) стратегия CRM выросла из системы автоматизации продаж
- 2) система управления контактами – основа CRM-стратегии
- 3) система автоматизации продаж – часть CRM-системы

Верный ответ: 13

8. Какие преимущества дает система автоматизации продаж?

Ответы:

- 1) сбор информации по каждому клиенту
- 2) увеличение скорости поиска информации о клиенте
- 3) автоматизация операций документирования деятельности менеджера
- 4) рост числа сделок

Верный ответ: 123

9. Какие события по взаимодействию с клиентом необходимо заносить в CRM-систему?

Ответы:

- 1) только те события, которые привели к продаже продукта
- 2) изменение реквизитов или контактной информации клиента
- 3) любые события, связанные с клиентом

Верный ответ: 3

10. Что подразумевает выполнение каждого этапа процесса в модуле управления процессами CRM-системы?

Ответы:

- 1) выполнение определенного действия сотрудником
- 2) выполнение определенной последовательности действий, которые выполняются сотрудниками
- 3) выполнение определенной последовательности действий, которые могут выполняться как сотрудниками, так и программным модулем

Верный ответ: 3

## ***II. Описание шкалы оценивания***

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно*

## ***III. Правила выставления итоговой оценки по курсу***

Оценка выставляется из расчёта среднего арифметического значения оценки семестровой составляющей по текущему контролю успеваемости и оценки за промежуточную аттестацию

**Для курсового проекта/работы:**

**8 семестр**

**Форма проведения: Защита КП/КР**

### ***I. Процедура защиты КП/КР***

Курсовая работа должна быть сдана на проверку не позже чем за три дня до предполагаемой защиты. К отчету должен быть приложен PDF-файл с полным текстом КР, файлом проекта в формате MS Project/ProjectLibre, а также презентация проекта в формате Power Point.

Преподаватель оценивает отчет и презентацию в целом, выставляет балл и сообщает эту оценку обучающемуся. Защита проводится с презентацией не более 5 минут

### ***II. Описание шкалы оценивания***

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 90*

*Описание характеристики выполнения знания:* Во введении указаны актуальность, цель и задачи, предмет и объект, новизна и значимость, методологическая база Тема проекта раскрыта полностью: рассмотрены основные тезисы и определения, методики и правила, теории, в практическом разделе присутствуют выводы и аргументация позиции автора Оформление соответствует установленным в ВУЗе требованиям Работа прошла проверку на плагиат В заключении подтверждается актуальность и значимость исследования, делаются основные выводы о проделанной работе, сопоставляется изначально поставленная цель и полученные результаты, присутствуют обоснованные умозаключения автора Допускаются незначительные ошибки, которые не отражаются на качестве и результатах исследования

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 75*

*Описание характеристики выполнения знания:* Студент максимально учел требования ГОСТ, но при этом в работе присутствуют мелкие погрешности в оформительной части Тема раскрыта полностью, материал изложен в научном стиле Не исключены небольшие неточности в формулировках предложений Выводы автора аргументированы, но слишком сжаты Введение и заключение не противоречат друг другу, но имеются некоторые недостатки: слабо подтверждается актуальность, проблема поставлена слишком размыто и пр Работа прошла проверку на плагиат

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 65*

*Описание характеристики выполнения знания:* Во введении отсутствует один или несколько обязательных элементов (актуальность, значимость, новизна, методология и пр.) В основной части наблюдается несвязность текста, неаргументированные выводы, по большей части пересказ чужих идей без их конкретного анализа, нарушения стиль изложения текста и пр. В оформлении работы присутствуют грубые ошибки Требования к плагиату соблюдены

### ***III. Правила выставления итоговой оценки по курсу***

Оценка за курсовую работу определяется как оценка на защите