

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра менеджмента, маркетинга и коммерции

Авторы-составители: **Антинескул Екатерина Александровна**

Рабочая программа дисциплины

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ (ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ)

Код УМК 101373

Утверждено
Протокол №6
от «22» мая 2024 г.

Пермь, 2024

1. Наименование дисциплины

Интернет-маркетинг (продвинутый уровень)

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Направление подготовки: **38.03.02** Менеджмент
направленность Менеджмент и маркетинг в бизнесе

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Интернет-маркетинг (продвинутый уровень)** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.03.02 Менеджмент (направленность : Менеджмент и маркетинг в бизнесе)

ПК.10 Способен формулировать управленческие решения с использованием инструментов комплекса маркетинга на основе маркетинговых исследований

Индикаторы

ПК.10.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж

4. Объем и содержание дисциплины

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент (направленность: Менеджмент и маркетинг в бизнесе)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	9,10
Объем дисциплины (з.е.)	6
Объем дисциплины (ак.час.)	216
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	84
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	56
Самостоятельная работа (ак.час.)	132
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (5)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (9 триместр) Экзамен (10 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Интернет-маркетинг (продвинутый уровень)

Входной контроль

Проверка знания основных принципов цифрового маркетинга; особенностей цифрового маркетинга в среде Интернет.

Основы интернет-статистики

Принципы функционирования Интернет-экономики. Принципы построения системы электронной коммерции. Объекты электронной коммерции. Инфраструктура системы электронной коммерции. Организационно-экономические модели в системе электронной коммерции. Особенности реализации моделей электронной коммерции. Правовое обеспечение электронной коммерции. Системы электронной коммерции. Основные элементы систем электронной коммерции. Преимущества электронной коммерции. Основные счетчики интернет-статистики, обзор функционала. UTM-метки. Данные можно анализировать с помощью счетчиков на сайтах, основные показатели эффективности интернет-рекламы. Яндекс Метрика, отчеты. Comagic, Roistat, отчеты. Power bi: зачем нужна сквозная аналитика и что можно сделать с данными в BI-системах.

Создание собственного бизнеса в Интернет

Сети электронной коммерции. Интернет-магазины. Интернет-аукционы. Обзор CMS-систем управления Интернет-магазином. Администрирование и настройка Интернет-магазина. Классификация B2B-систем. Принципы работы сайта. Оформление заказа. Оплата заказа. Доставка заказа. Структура сайта. Программное обеспечение для создания Интернет-магазина.

Электронный брендинг и маркетинг

Функциональная и имиджевая реклама. Трейд-маркетинг, брендинг, рестайлинг, ребрендинг, ко-брендинг. Маркетинг и блоггинг. Имидж продукта и его инновационное развитие. Рекламная идея, функциональная и имиджевая реклама, основные условия эффективной рекламы. Понятие бренда. Трейд-маркетинг, брендинг, рестайлинг, ребрендинг, ко-брендинг. Маркетинг и блоггинг. Основные особенности маркетинга в электронной среде.

Мобильный электронный бизнес

Электронный бизнес в социальных сетях. Мобильные сервисы и приложения. Мобильные платежи. Мобильный маркетинг и реклама. Бизнес-коммуникации. Понятие мобильного контента. Мобильные сервисы и приложения. Основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса. Мобильные платежи. Мобильный маркетинг и реклама. Рынок мобильных товаров и услуг. Основные понятия и виды социальных сетей. Социальное программное обеспечение. Бизнес-коммуникации. Особенности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги. Деятельность компаний электронного бизнеса в социальных сетях.

Электронные платежные системы

Средства платежа в электронной коммерции. Платежные системы, их достоинства и недостатки. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе. Интернет-банкинг. Организация платежных систем.

Медиапланирование и реклама в Интернет

Построение воронки продаж от расходов до продаж при планировании рекламы для привлечения клиентов в компанию. Реклама в Интернет. PR-инструменты маркетинга в Интернет. Интернет-маркетинг. Ценообразование в Интернет-экономике.

Системы управления проектами

Системы управления проектами: планфикс, Битрикс 24 и др.

Колтрекинг

Выстраивание связи информации об источнике обращения с самим обращением. Мультиканальность. Кроссканальность. Омниканальность.

Анализ эффективности продаж

Общие вопросы определения экономической эффективности. Основные требования к параметрам электронного магазина. Оценка качества спроектированного электронного магазина. Показатели оценки эффективности функционирования электронного магазина. Информационная структура электронной торговой площадки. Интерес заказчика в использовании средств электронной коммерции. Интерес участника конкурентных закупок. Эволюция электронной коммерции. Классификация групп рисков при создании средств электронной коммерции.

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. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://urait.ru/bcode/452841>
2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2019. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <https://www.iprbookshop.ru/85658.html>

Дополнительная:

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/99365.html>
2. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — ISBN 978-5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/97585.html>
3. Мартиросян, К. В. Интернет-технологии : учебное пособие / К. В. Мартиросян, В. В. Мишин. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 106 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/63089.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

www.shopolog.ru Shopolog

rusability.ru Rusability

www.marketingsherpa.com MarketingSherpa

texterra.ru Блог компании Texterra

www.cossa.ru Cossa

CubeLine <https://www.cubeline.ru/blog/> Блог интернет-агентства

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

Образовательный процесс по дисциплине **Интернет-маркетинг (продвинутый уровень)** 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.
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск.

При освоении материала и выполнении 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.

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
Интернет-маркетинг (продвинутый уровень)**

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

ПК.10

Способен формулировать управленческие решения с использованием инструментов комплекса маркетинга на основе маркетинговых исследований

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.10.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж</p>	<p>Знать технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете; инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде; особенности использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса. Уметь анализировать информационные и статистические материалы по оценке Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки; использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга; использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе; использовать современные методы организации Интернет-магазинов; применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов.</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Не знает технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете; инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде; особенности использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса.</p> <p>Не умеет анализировать информационные и статистические материалы по оценке Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки; использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга; использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе; использовать современные методы организации Интернет-магазинов; применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов.</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>Демонстрирует частично знание технологий продвижения бизнес-сайта в Интернете; инструментов эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде; особенностей использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса.</p> <p>Демонстрирует частично умение анализировать информационные и статистические материалы по оценке Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки; использовать методы планирования и</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>прогнозирования цифрового маркетинга; использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе; использовать современные методы организации Интернет-магазинов; применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов.</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>Знает, допуская ошибки, технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете; инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде; особенности использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса.</p> <p>Умеет, допуская ошибки, анализировать информационные и статистические материалы по оценке Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки; использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга; использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе; использовать современные методы организации Интернет-магазинов; применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Знает технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете; инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде; особенности использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса.</p> <p>Умеет анализировать информационные и статистические материалы по оценке Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки; использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга;</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		Отлично использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе; использовать современные методы организации Интернет-магазинов; применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов.

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 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	- знать основными принципами цифрового маркетинга;- знать основные особенности цифрового маркетинга в среде Интернет.
ПК.10.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Создание собственного бизнеса в Интернет Письменное контрольное мероприятие	- знать инфраструктуру цифрового маркетинга в различных отраслях;- знать нормативно-правовую базу межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса.
ПК.10.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Электронный брендинг и маркетинг Письменное контрольное мероприятие	- знать технологии создания и продвижения брендов и компаний в Интернет пространстве.
ПК.10.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Мобильный электронный бизнес Письменное контрольное мероприятие	- знать основные терминологии мобильного электронного бизнеса;- знать основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса;- знать основные возможности использования социальных сетей для бизнеса, их основные услуги.

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	5
61-80% правильных ответов	4
41-60% правильных ответов	3
менее 41% правильных ответов	2

Создание собственного бизнеса в Интернет

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

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

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

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13

Электронный брендинг и маркетинг

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

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

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

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13

Мобильный электронный бизнес

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	30
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	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 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.10.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Системы управления проектами Письменное контрольное мероприятие	- знать технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете;- знать инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде.
ПК.10.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Коллтрекинг Письменное контрольное мероприятие	- знать технологии использования электронных денег и электронных платежных систем;- знать особенности использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса.
ПК.10.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Анализ эффективности продаж Итоговое контрольное мероприятие	- уметь анализировать информационные и статистические материалы по оценке электронных бизнесов и Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки;- уметь использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга;- уметь использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе;- уметь использовать современные методы организации Интернет-магазинов;- уметь применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов.

Спецификация мероприятий текущего контроля

Системы управления проектами

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

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

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

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13

Коллтрекинг

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

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

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

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13

Анализ эффективности продаж

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	30
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	16