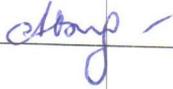


Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»

Кафедра менеджмента и агробизнеса

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
« 31 » августа 2022 г., протокол № 1
заведующий кафедрой

 А.В. Видякин

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинг в АПК

для студентов по направлению подготовки бакалавриата
35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции

Разработчик: Видякин А.В.

Кемерово 2021

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| 1 ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ | 3 |
| 1.1 Перечень компетенций..... | 3 |
| 1.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования | 4 |
| 1.3 Описание шкал оценивания..... | 12 |
| 1.4 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий..... | 13 |
| 2 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ | 15 |
| 2.1 Текущий контроль знаний студентов | 15 |
| 2.2 Промежуточная аттестация | 19 |
| 2.3 Типовой вариант зачетного тестирования | 21 |
| 3 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ | 26 |

1 ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

1.1 Перечень компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-6 Способность к принятию управленческих решений в различных производственных и погодных условиях

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

1.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть» (З1, У1, В1), расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение изучения дисциплины по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

Таблица 1 – Соответствие этапов (уровней) освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

| Этап (уровень) освоения компетенции | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | Критерии оценивания результатов обучения | | | | | Оценочные средства |
|---|--|--|---|---|---|--|---------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| ПК-6 Способность к принятию управленческих решений в различных производственных и погодных условиях | | | | | | | |
| Первый этап (начало формирования) | Владеть: инструментарием принятия управленческих решений в рискованных ситуациях В1 | Не владеет | Не владеет инструментарием принятия управленческих решений в рискованных ситуациях | Фрагментарное владение инструментарием принятия управленческих решений в рискованных ситуациях | В целом успешное, но не систематическое владение инструментарием принятия управленческих решений в рискованных ситуациях | В целом успешное, но содержащее отдельные проблемы владения инструментарием принятия управленческих решений в рискованных ситуациях | Собеседование, тест |
| Демонстрирует знания классификации управленческих решений; принципов организации производственного процесса; основных приемов риск-менеджмента | Уметь: оценивать риски и принимать управленческие решения в условиях неопределенности У1 | Не умеет | Не умеет оценивать риски и принимать управленческие решения в условиях неопределенности | Фрагментарное умение оценивать риски и принимать управленческие решения в условиях неопределенности | В целом успешное, но не систематическое умение оценивать риски и принимать управленческие решения в условиях неопределенности | В целом успешное, но содержащее отдельные проблемы умение оценивать риски и принимать управленческие решения в условиях неопределенности | Собеседование, тест |
| | Знать: классификацию управленческих решений, принципы организации производственного процесса, основные методы | Не знает | Не знает классификацию управленческих решений, принципы организации | Фрагментарные знания о классификации управленческих решений, принципах организации | В целом успешные, но не систематические знания о классификации управленческих решений | В целом успешные, но содержащее отдельные проблемы знания о классификации управленческих решений | Собеседование, тест |

| Этап (уровень) освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | | Оценочные средства |
|--|--|---|--|--|--|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| ПК-6 Способность к принятию управленческих решений в различных производственных и погодных условиях | | | | | | |
| при принятии управленческих решений | оценки риска, приемы риск-менеджмента при принятии управленческих решений З1 | ции производственного процесса, основные методы оценки риска, приемы риск-менеджмента при принятии управленческих решений | производственного процесса, основных методах оценки риска, приемах риск-менеджмента при принятии управленческих решений | решений, принципах организации производственного процесса, основных методах оценки риска, приемах риск-менеджмента при принятии управленческих решений | принципах организации производственного процесса, основных методах оценки риска, приемах риск-менеджмента при принятии управленческих решений | |
| Второй этап (продолжение формирования) Способен оценить эффективность управленческого решения; | Владеть: методами оценки эффективности управленческого решения, расчетом производственного цикла простого процесса В2 | Не владеет методами оценки эффективности управленческого решения, расчетом производственного цикла простого процесса | Фрагментарное владение методами оценки эффективности управленческого решения, расчетом производственного цикла простого процесса | В целом успешное, но не систематическое владение методами оценки эффективности управленческого решения, расчетом производственного цикла простого процесса | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение методами оценки эффективности управленческого решения, расчетом производственного цикла простого процесса | Собеседование, тест |
| Уметь: проводить анализ рисков, рассчитывать производственный цикл простого процесса У2 | Не умеет проводить анализ рисков, рассчитывать производственный цикл простого процесса | Фрагментарное умение проводить анализ рисков, рассчитывать производственный цикл простого процесса | В целом успешное, но не систематическое умение проводить анализ рисков, рассчитывать производственный цикл простого процесса | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение проводить анализ рисков, рассчитывать производственный цикл простого процесса | Собеседование, тест | |
| Знать: методы оценки эффективности управленческого решения, спо- | Не знает методы оценки эффективности управленческого решения, спо- | Фрагментарные знания о методах оценки эффективности управленческого | В целом успешные, но не систематические знания о методах | В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы знания о мето- | Собеседование, тест | |

| Этап (уровень) освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | | Оценочные средства |
|---|--|--|---|---|--|----------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| ПК-6 Способность к принятию управленческих решений в различных производственных и погодных условиях | | | | | | |
| | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | | | | | |
| | Собы расчета производственного цикла простого процесса В2 | Собы расчета производственного цикла простого процесса | решения, способах расчета производственного цикла простого процесса | оценки эффективности управления, способах расчета производственного цикла простого процесса | дах оценки эффективности управления, способах расчета производственного цикла простого процесса | |
| Третий этап (завершение формирования) Демонстрирует навыки разработки управленческих решений; владеет методами планирования и прогнозирования; применяет методики планирования и прогнозирования при разработке управленческих решений У3 | Владеть: навыками разработки мероприятий, направленных на снижение степени риска В3 | Не владеет навыками разработки мероприятий, направленных на снижение степени риска | Фрагментарное владение навыками разработки мероприятий, направленных на снижение степени риска | В целом успешное, но не систематическое владение навыками разработки мероприятий, направленных на снижение степени риска | В целом успешное, но содержащее отдельные проблемы владение навыками разработки мероприятий, направленных на снижение степени риска | Собеседование, тест |
| | Уметь: применять методики планирования и прогнозирования при разработке управленческих решений У3 | Не умеет применять методики планирования и прогнозирования при разработке управленческих решений | Фрагментарное умение: применять методики планирования и прогнозирования при разработке управленческих решений | В целом успешное, но не систематическое умение: применять методики планирования и прогнозирования при разработке управленческих решений | В целом успешное, но содержащее отдельные проблемы умение: применять методики планирования и прогнозирования при разработке управленческих решений | Собеседование, тест |
| | Знать: приемы снижения степени риска, методы планирования и прогнозирования З3 | Не знает приемы снижения степени риска, методы планирования и прогнозирования | Фрагментарные знания о приемах снижения степени риска, методах планирования и прогнозирования | В целом успешные, но не систематические знания о приемах снижения степени риска, методах планирования и прогнозирования | В целом успешные, но содержащие отдельные проблемы знания о приемах снижения степени риска, методах планирования и прогнозирования | Собеседование, тест |

| Этап (уровень) освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | | Оценочные средства |
|---|--|---|--|---|---|----------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| <p>Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</p> | | | | | | |
| <p>Первый этап (начало формирования)</p> <p><i>Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития В1</i></p> <p>Уметь: воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений; критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики отдельных ее отраслей У1</p> | <p>Не владеет</p> | <p>Фрагментарное владение базовыми принципами функционирования экономики и экономического развития</p> | <p>В целом успешное, но не систематическое владение базовыми принципами функционирования экономики и экономического развития</p> | <p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы, владение базовыми принципами функционирования экономики и экономического развития</p> | <p>Успешное и систематическое владение базовыми принципами функционирования экономики и экономического развития</p> | <p>Собеседование, тест</p> |
| <p><i>Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике</i></p> | <p>Не умеет</p> | <p>Фрагментарное умение воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений; критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики отдельных ее отраслей</p> | <p>В целом успешное, но не систематическое умение воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений; критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны и отдельных ее отраслей</p> | <p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы, умение воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений; критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны и отдельных ее отраслей</p> | <p>Успешное и систематическое умение воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений; критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны и отдельных ее отраслей</p> | <p>Собеседование, тест</p> |
| <p>Знать: основы поведения экономических агентов; основные принципы экономического анализа для принятия решений; основные экономические понятия; ресурсные ограничения экономического развития, источники повышения производительности</p> | <p>Не знает</p> | <p>Фрагментарные знания об основах поведения экономических агентов; основных принципах экономического анализа для принятия решений; основных экономических понятий; ресурсных ограничений экономического развития</p> | <p>В целом успешные, но не систематические знания об основах поведения экономических агентов; основных принципах экономического анализа для принятия решений; основных экономических понятий; ресурсных ограничений</p> | <p>В целом успешные, но содержащее отдельные пробелы, знания об основах поведения экономических агентов; основных принципах экономического анализа для принятия решений; основных экономических понятий; ресурсных ограничений</p> | <p>Успешные и систематические знания об основах поведения экономических агентов; основных принципах экономического анализа для принятия решений; основных экономических понятий; ресурсных ограничений экономического развития, источников</p> | <p>Собеседование, тест</p> |

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

| Этап (уровень) освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | | Оценочные средства |
|---|--|---|---|---|---|--------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| <p>Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</p> | | | | | | |

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|----------------------------|
| <p>труда, технического и технологического прогресса, показатели экономического развития и экономического роста, особенности циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении; цели, задачи, инструменты и эффекты бюджетной, налоговой, социальной, пенсионной политики и их влияние на макроэкономические параметры и индивидов</p> | <p>вышения производительности труда, технологического прогресса, показателей экономического развития и экономического роста, особенностей циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении; цели, задачи, инструменты и эффекты бюджетной, налоговой, социальной, пенсионной политики и их влияние на макроэкономические параметры и индивидов</p> | <p>экономического развития, источников повышения производительности труда, технологического прогресса, показателей экономического развития и экономического роста, особенностей циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении; цели, задачи, инструменты и эффекты бюджетной, налоговой, социальной, пенсионной политики и их влияние на макроэкономические параметры и индивидов</p> | <p>нижения экономического развития, источников повышения производительности труда, технологического прогресса, показателей экономического развития и экономического роста, особенностей циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении; цели, задачи, инструменты и эффекты бюджетной, налоговой, социальной, пенсионной политики и их влияние на макроэкономические параметры и индивидов</p> | <p>повышения производительности труда, технологического прогресса, показателей экономического развития и экономического роста, особенностей циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении; цели, задачи, инструменты и эффекты бюджетной, налоговой, социальной, пенсионной политики и их влияние на макроэкономические параметры и индивидов</p> | | |
| <p>Владеть: навыками экономического и финансового</p> | <p>Не владеет</p> | <p>Фрагментарные владение навыками экономическими</p> | <p>В целом успешное, но систематическое владение навыками</p> | <p>В целом успешное, но содержащее отдельные</p> | <p>Успешное и систематическое владение</p> | <p>Собеседование, тест</p> |

| Этап (уровень) освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | | Оценочные средства |
|--|--|--|--|---|---|----------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| <p>Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</p> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| <p>(завершение формирования)</p> <p>Применяет методы личного экономического планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических рисков</p> <p>B2</p> | <p>мического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических рисков</p> | <p>экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических рисков</p> | <p>ные пробелы, владение навыками экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических рисков</p> | <p>навыками экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических рисков</p> | | |
| <p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> | <p>Уметь: решать типичные задачи в сфере личного экономического планирования; пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать основные положения договора с финансовой организацией; выбирать инструменты управления личными финансами, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности; оценивать индивидуальные риски; вести личный бюджет; оценивать свои права на</p> | <p>Не умеет</p> | <p>В целом успешное, но не систематическое умение решать типичные задачи в сфере личного экономического планирования; пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать основные положения договора с финансовой организацией; выбирать инструменты управления личными финансами, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности;</p> | <p>В целом успешное, но менее хорошее умение решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования; пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать основные положения договора с финансовой организацией; выбирать инструменты управления личными финансами, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности;</p> | <p>Успешное и систематическое умение решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования; пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать основные положения договора с финансовой организацией; выбирать инструменты управления личными финансами, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности;</p> | <p>Собеседование, тест</p> |

| Этап (уровень) освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | | Оценочные средства |
|---|--|--|---|---|---|----------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| <p>Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</p> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| <p>налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты У2</p> | оценивать индивидуальные риски; вести личный бюджет; оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты | доходности, надежности и ликвидности; оценивать индивидуальные риски; вести личный бюджет; оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты | критериям доходности, надежности и ликвидности; оценивать индивидуальные риски; вести личный бюджет; оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты | надёжности и ликвидности; оценивать индивидуальные риски; вести личный бюджет; оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты | | |
| <p>Знать: основные виды личных доходов, механизмы их получения и увеличения; сущность и функции предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, основные финансовые организационно-правовые взаимодействия с ними; основные финансовые инструменты; понятия и неопределенность; виды и источники возникновения финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения; основные этапы жизненного цикла индивида, специфику краткосрочных и долгосрочных финансо-</p> | Не знает | Фрагментарные знания об основных видах личных доходов, механизмах их получения и увеличения; сущность и функции предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, основные финансовые организационно-правовые взаимодействия с ними; основные финансовые инструменты; понятия и неопределенность; виды и источники возникновения финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения; | В целом успешные, но систематические знания об основных видах личных доходов, механизмах их получения и увеличения; сущность и функции предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, основные финансовые организационно-правовые взаимодействия с ними; основные финансовые инструменты; понятия и неопределенность; виды и источники возникновения финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения; | В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы, знания об основных видах личных доходов, механизмах их получения и увеличения; сущность и функции предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, основные финансовые организационно-правовые взаимодействия с ними; основные финансовые инструменты; понятия и неопределенность; виды и источники возникновения финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения; | Успешные и систематические знания об основных видах личных доходов, механизмах их получения и увеличения; сущность и функции предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, основные финансовые организационно-правовые взаимодействия с ними; основные финансовые инструменты; понятия и неопределенность; виды и источники возникновения финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения; | <p>Собеседование, тест</p> |

| Этап (уровень) освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | Оценочные средства |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| <p>Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</p> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> | <p>вых задач, альтернативность текущего потребления и сбережения и целесообразность личного экономического и финансового планирования; основные виды расходов, механизмы их снижения, способы формирования сбережений; принципы и технологии ведения личного бюджета</p> <p>32</p> | <p>основные этапы жизненного цикла индивидуального, специфичность краткосрочных и долгосрочных финансовых задач, альтернативность текущего потребления и сбережения и целесообразность личного экономического и финансового планирования; основные виды расходов, механизмы их снижения, способы формирования сбережений; принципы и технологии ведения личного бюджета</p> | <p>основные этапы жизненного цикла индивидуального, специфичность краткосрочных и долгосрочных финансовых задач, альтернативность текущего потребления и сбережения и целесообразность личного экономического и финансового планирования; основные виды расходов, механизмы их снижения, способы формирования сбережений; принципы и технологии ведения личного бюджета</p> | <p>основные этапы жизненного цикла индивидуального, специфичность краткосрочных и долгосрочных финансовых задач, альтернативность текущего потребления и сбережения и целесообразность личного экономического и финансового планирования; основные виды расходов, механизмы их снижения, способы формирования сбережений; принципы и технологии ведения личного бюджета</p> | <p>основные этапы жизненного цикла индивидуального, специфичность краткосрочных и долгосрочных финансовых задач, альтернативность текущего потребления и сбережения и целесообразность личного экономического и финансового планирования; основные виды расходов, механизмы их снижения, способы формирования сбережений; принципы и технологии ведения личного бюджета</p> |

Этапы формирования компетенций реализуются в ходе освоения дисциплины, что отражается в тематическом плане дисциплины.

1.3 Описание шкал оценивания

Для оценки составляющих компетенции при **текущем контроле и промежуточной аттестации** используется балльно-рейтинговая система оценок. При оценке контрольных мероприятий преподаватель руководствуется критериями оценивания результатов обучения (таблица 1), суммирует баллы за каждое контрольное задание и переводит полученный результат в вербальный аналог, руководствуясь таблицей 2 и формулой 1.

Таблица 2 – Сопоставление оценок когнитивных дескрипторов с результатами освоения программы дисциплины

| Балл | Соответствие требованиям критерия | Выполнение критерия | Вербальный аналог | |
|------|---|---|---------------------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 5 | результат, содержащий полный правильный ответ, полностью соответствующий требованиям критерия | 85-100% от максимального количества баллов | отлично | зачтено |
| 4 | результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – более 75%) или ответ, содержащий незначительные неточности, т.е. ответ, имеющий незначительные отступления от требований критерия | 75-84,9% от максимального количества баллов | хорошо | |
| 3 | результат, содержащий неполный правильный ответ (степень полноты ответа – до 75%) или ответ, содержащий незначительные неточности, т.е. ответ, имеющий незначительные отступления от требований критерия | 60-74,9% от максимального количества баллов | удовлетворительно | |
| 2 | результат, содержащий неполный правильный ответ, содержащий значительные неточности, ошибки (степень полноты ответа – менее 60%) | до 60% от максимального количества баллов | неудовлетворительно | не зачтено |
| 1 | неправильный ответ (ответ не по существу задания) или отсутствие ответа, т.е. ответ, не соответствующий полностью требованиям критерия | 0% от максимального количества баллов | | |

Расчёт доли выполнения критерия от максимально возможной суммы баллов проводится по формуле 1:

$$A = \frac{\sum_{i=1}^n m_i k_i}{5 \cdot \sum_{i=1}^n m_i} \cdot 100\% \quad (1)$$

где n – количество формируемых когнитивных дескрипторов;
 m_i – количество оценочных средств i -го дескриптора;
 k_i – балльный эквивалент оцениваемого критерия i -го дескриптора;
 5 – максимальный балл оцениваемого результата обучения.

Затем по таблице 2 (столбец 3) определяется принадлежность найденного значения A (в %) к доле выполнения критерия и соответствующий ему вербальный аналог.

Вербальным аналогом результатов зачета являются оценки «зачтено / не зачтено», экзамена – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», которые заносятся в экзаменационную (зачетную) ведомость (в то числе электронную) и зачетную книжку. В зачетную книжку заносятся только положительные оценки. Подписанный преподавателем экземпляр ведомости сдаётся не позднее следующего дня в деканат, а второй хранится на кафедре.

В случае неявки студента на экзамен (зачет) в экзаменационной ведомости делается отметка «не явился».

1.4 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине осуществляется по регламентам текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Свой фактический рейтинг студент может отслеживать в системе электронного обучения Кузбасской ГСХА (журнал оценок) <https://moodle.ksai.ru/course/index.php?categoryid=7970>. При возникновении спорной ситуации, оценка округляется в пользу студента (округление до десятых).

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины (или её части). Форма промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом.

Итоговая оценка определяется на основании таблицы 2.

Организация и проведение промежуточной аттестации регламентируется внутренними локальными актами.

Типовое тестирование (собеседование)

Зачет проводится в учебных аудиториях академии. Студент случайным образом выбирает билет. Для подготовки к ответу студенту отводится 45 минут. Экзаменатор может задавать студентам дополнительные вопросы сверх билета по программе дисциплины.

Во время подготовки, использование конспектов лекций, методической литературы, мобильных устройств связи и других источников информации запрещено. Студент, уличенный в списывании, удаляется из аудитории и в зачетно-экзаменационную ведомость ставится «неудовлетворительно». В случае добровольного отказа отвечать на вопросы билета, преподаватель ставит в ведомости оценку «неудовлетворительно».

Студенты имеют право делать черновые записи только на черновиках выданных преподавателем.

Зачет в виде тестирования

По окончании семестра, на последнем практическом(лабораторном) занятии, студент имеющий аттестацию по всем видам текущего контроля и не имеющий пропуски занятий получает зачет. Тестирование в виде зачета может проводиться в формате компьютерного тестирования в системе электронного обучения <https://moodle.ksai.ru/course/index.php?categoryid=7970>.

Для проведения тестирования выделяется аудитория, оснащенная компьютерами с доступом в сеть интернет. В ходе выполнения теста использование конспектов лекций, методической литературы, мобильных устройств связи и других источников информации запрещено. Результаты студента, нарушившего правила проведения тестирования, аннулируются. Студенты имеют право делать черновые записи только на черновиках выданных преподавателем, при проверке черновые записи не рассматриваются.

Проверка теста выполняется автоматически, результат сообщается студенту сразу после окончания тестирования.

Итоговый тест состоит из 30 вопросов, скомпонованных случайным образом. Время тестирования 60 минут.

Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

2 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

2.1 Текущий контроль знаний студентов Комплект вопросов для собеседования по разделам

Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга

1. В чем заключается сущность концепции маркетинга?
2. В чем состоит основное отличие между концепцией маркетинга, концепциями совершенствования производства, товара и интенсификации коммерческих усилий?
3. В чем суть основополагающих понятий маркетинга: «спрос», «товар», «обмен», «рынок»?
4. На примере объясните смысл понятий «нужда», «потребность» и «запрос».
5. В чем заключается принципиальное различие между понятиями «полезность товара» и «ценность товара»?
6. Кто или что является субъектом и объектом маркетинга?
7. Что такое «маркетинговый комплекс», «маркетинговая формула», «маркетинг-микс», «4Р»?
8. Какие виды маркетинга имеют место при отрицательном, отсутствующем, скрытом, иррациональном, падающем спросе?
9. Какие задачи решаются при ремаркетинге, синхромаркетинге и демаркетинге? 10. На каких принципах основана маркетинговая деятельность?
11. В чем заключаются производственная и сбытовая функции маркетинга?
12. Какие факторы маркетинговой среды в большей мере подконтрольны предприятию (макросреды или микросреды)? Почему?
13. Каковы основные факторы макросреды микросреды вы знаете?
14. Какие факторы маркетинговой среды, по вашему мнению, оказывают наибольшее влияние на деятельность российского предприятия?
15. Какие виды контактных групп, как правило, существуют у предприятия?

Раздел 2. Маркетинговые исследования

1. Опишите основные составляющие системы маркетинговой информации.
2. Объясните роль маркетинговых исследований в процессе управления предприятием.
3. В чем состоят различия между внутренней и внешней маркетинговой информацией?
4. Назовите источники вторичной маркетинговой информации.

5. В каких случаях целесообразно проводить кабинетные, а в каких полевые исследования?
6. Раскройте основные этапы процесса маркетингового исследования.
7. Какие виды опросов вы знаете? Охарактеризуйте их.
8. Какие шкалы ответов используются при составлении анкет?
9. В чем состоят основные требования к составлению анкеты?
10. Что должен содержать отчет о проведении маркетинговых исследований?
11. С какой целью фирма проводит сегментирование на рынке потребительских товаров?
12. Какие основные группы признаков используются при сегментировании потребительского рынка?
13. Какие основные группы признаков используются при сегментировании рынка товаров производственного назначения?
14. Охарактеризуйте специфику концентрированного маркетинга.
15. Назовите преимущества и недостатки массового маркетинга.
16. В чем заключается сущность дифференцированного маркетинга?
17. В чем сущность позиционирования?
18. Какие типы целевых рынков принято различать?
19. Назовите социально-демографические признаки сегментирования рынка.
20. Какие факторы оказывают влияние на принятие потребителем решения о покупке?
21. Какие экономические теории оценки потребительского поведения вы знаете?
22. Перечислите этапы жизненного цикла семьи и охарактеризуйте их со следующих позиций: материальное положение, отношение к накопительству, наиболее популярные товары (услуги), отношение к рекламе.
23. Как классифицируются покупатели в промышленном маркетинге?
24. Какие мотивы потребительского поведения доминируют при приобретении продуктов питания? Будут ли они отличаться для различных групп потребителей?
25. В чем заключается сущность теории А. Маслоу?
26. Сравните основные побудительные мотивы для конечных и институциональных потребителей.
27. Объясните сущность понятия «консюмеризм». В чем специфика консюмеризма в России?

Раздел 3. Комплекс маркетинга

1. Что такое товар? В чем состоят основные отличия товара от услуги?
2. В чем заключается трехуровневый анализ товара, для кого и для чего его необходимо делать?
3. Что такое уникальное достоинство товара? Приведите примеры.

4. Назовите основные этапы жизненного цикла товара. В чем заключаются действия маркетинговой службы на данных этапах?
5. Какие основные этапы создания товара-новинки?
6. Какими характеристиками описывается номенклатура товара?
7. Какими могут быть причины принятия компанией решения о расширении ассортимента вверх? Вниз?
8. Какова роль упаковки в товарной стратегии предприятия? Какие функции упаковки товара вы знаете?
9. Каково значение сервиса в товарной стратегии предприятия? Какие основные решения необходимо принять при организации сервиса?
10. В чём разница понятий «торговая марка» и «бренд»? Какие элементы составляют структуру бренда?
11. Чем отличаются понятия «цена» и «ценность»?
12. Какие факторы влияют на процесс ценообразования?
13. Какую зависимость представляет собой закон спроса?
14. Если цена уменьшится, а спрос имеет единичную эластичность, как это повлияет на совокупный доход предприятия?
15. Какие существуют методы ценообразования?
16. Какие стратегии используют при установлении первоначальной цены нового товара, выходящего на рынок? Какие стратегии – для товара, который уже существует на рынке?
17. В чём отличие стратегии ценообразования, направленной на продажу товаров по низким ценам, от распродажи?
18. На базе каких различий проявляется ценовая дискриминация?
19. Какие особенности следует учитывать при ценообразовании в рамках товарной номенклатуры?
20. Какие есть варианты установления цен по географическому принципу?
21. Что такое канал сбыта и чем определяется его длина и глубина? Как выглядит канал сбыта первого уровня?
22. Какие могут быть системы сбыта в зависимости от масштаба охвата рынка и от степени контроля канала сбыта?
23. Примером какой системы сбыта является распространение бензина через сеть заправок станций, владельцем которых является нефтяная компания?
24. Зачем нужны посредники? Каковы положительные и отрицательные аспекты работы с посредниками?
25. Как называются посредники, не обладающие правом на товар и получающие доход в виде комиссионных?
26. Какие основные функции выполняют оптовые и розничные торговцы?
27. Каковы преимущества франчайзинга для компаний, предоставляющих франшизу?
28. Какие факторы влияют на выбор канала сбыта?

29. Что такое стратегии «push» и «pull»? На кого они направлены и каковы их цели?
30. Что такое торговый маркетинг? Чем отличаются супермаркет, специализированный магазин, магазин – «убийца товарных категорий»?
31. Какие элементы составляют систему маркетинговых коммуникаций?
32. Как маркетинговые коммуникации связаны с конкурентным положением компании на рынке?
33. В чём принципиальная разница между рекламой и PR?
34. Какие существуют виды рекламы?
35. Что такое фирменный стиль, и каково его назначение для деятельности предприятия?
36. Какие мероприятия можно назвать активным стимулированием продаж?
37. Какие преимущества и недостатки у личной продажи как средства продвижения продукта?
38. Чем обуславливается выбор средств маркетинговых коммуникаций?
39. Какие методы расчета рекламного бюджета вы знаете? Каковы их преимущества и недостатки?
40. Как можно оценить эффективность маркетинговых коммуникаций?

Раздел 4. Управление маркетингом

1. Определите содержание понятия «управление маркетингом».
2. Каковы статус и функции отдела маркетинга на предприятии?
3. Какие существуют системы организации службы маркетинга?
4. Какими преимуществами и недостатками обладают приведенные организационные структуры?
5. В чем отличие «жестких» маркетинговых структур от «мягких»?
6. Существует ли единственный и всегда оптимальный вариант организации службы маркетинга на предприятии? Обоснуйте ответ.
7. Какая структура маркетингового подразделения является в России самой устойчивой?
8. Какие существуют методы расчета общего бюджета маркетинга?
9. Какой метод формирования бюджета маркетинга наиболее точен?
10. Что общего между контролем и планированием маркетинговой деятельности?
11. Каковы условия становления стратегического маркетинга?
12. Назовите основные предпосылки стратегического маркетинга.
13. Охарактеризуйте основные этапы стратегического планирования.
14. Что такое «стратегическая бизнес-единица»?
15. Назовите условия и особенности реализации стратегий роста.
16. Чем отличается концентрическая диверсификация от конгломератной?

17. Что такое стратегический анализ и стратегическая модель в маркетинге?
18. Какие аналитические модели вы знаете?
19. Какие портфельные модели вы знаете?
20. Какие модели используются при конкурентном анализе?

2.2 Промежуточная аттестация

Вопросы к собеседованию

1. Маркетинг и его сущность.
2. Степени новизны продукта.
3. Цели и задачи маркетинга.
4. Этапы разработки нового продукта.
5. Основные функции маркетинга.
6. Ценовая политика и ее основные направления.
7. Макро- и микромаркетинг. Цели, задачи.
8. Методы определения базовой цены.
9. Концепции маркетинга.
10. Эластичность спроса и его оценка (задачи).
11. Маркетинговые возможности. Рыночные возможности. Показатели оценки и различия между этими понятиями.
12. Политика скидок, наценок, кредитная политика. Сущность и содержание.
13. Макро- и микросреда маркетинга.
14. Точка безубыточности и способы ее расчета.
15. Цели и задачи стратегического управления маркетингом.
16. Политика товарораспределения. Основные направления.
17. Стратегии развития организации и методы их оценки.
18. Логистика маркетинга. Цели, задачи, сущность.
19. Маркетинговые информационные системы.
20. Каналы распределения.
21. Маркетинговые исследования. Цели, задачи, методы, принципы.
22. Продвижение товара. Методы, способы.
23. Основные требования, предъявляемые к исследовательскому проекту.
24. Коммуникативная политика. Основные направления. Цели, задачи.
25. Методы, используемые при полевом исследовании рынка, их содержание.
26. Реклама. Цели, задачи, основные понятия.
27. Кабинетные исследования, Цели, задачи, методы.
28. Виды рекламной стратегии.
29. Основные требования, предъявляемые к составлению опросных анкет, листов наблюдения.

30. Продвижение продукта и стимулирование сбыта. Сущность этих методов.
31. Требования, предъявляемые к постановке вопросов в анкетах и листах наблюдений. Последовательность вопросов, типы вопросов.
32. Планирование рекламных мероприятий.
33. Формы оформления результатов исследования.
34. Оценка эффективности рекламы.
35. Количественные и качественные маркетинговые исследования.
36. Бюджет рекламы.
37. Метод фокус-группа. Сущность и содержание.
38. Функции рекламы.
39. Выборка. Цели, задачи, методы.
40. Public Relations. Цели, задачи, функции, методы.
41. Спрос и его виды.
42. Спонсорство. Сущность, цели, задачи.
43. Типы и виды рынков.
44. Планирование маркетинга. Цели, задачи, направления, этапы, виды планов.
45. Методы прогнозирования спроса.
46. Программа маркетинга. Цели, задачи, содержание.
47. Модель покупательского поведения.
48. Комплексный план маркетинга.
49. Методы оценки степени удовлетворенности и неудовлетворенности потребителей.
50. Структуры служб маркетинга. Типы, различия, достоинства и недостатки.
51. Конкуренты и конкуренция. Методы их оценки.
52. Требования, предъявляемые к специалистам службы маркетинга. Знания, качества, умения.
53. Ценовая и неценовая конкуренция. Их сущность.
54. Внутренняя среда. Цели, структура, задачи, технологии, люди. Взаимосвязь элементов внутренней среды.
55. Методы ведения недобросовестной конкуренции.
56. Контроль маркетинга. Цели, задачи, содержание, виды.
57. Сегментация рынка. Цели, задачи, методы, принципы.
58. Аудит и ревизия маркетинга. Цели, задачи, содержание.
59. Критерии сегментации рынка.
60. Международный маркетинг. Цели, задачи, направления.
61. Позиционирование товара. Цели, задачи, методы, принципы.
62. Пути выхода на рынок.
63. Стратегии дифференциации продуктов.
64. Факторы, влияющие на внешнеэкономическую деятельность службы маркетинга.
65. Классификация товаров.

- 66. Стандартизированный комплекс маркетинга.
- 67. Подходы к выбору целевого рынка.
- 68. Социально-этический маркетинг. Его сущность.
- 69. Жизненный цикл товара и задачи маркетинга на каждой фазе ЖЦТ.
- 70. Современные технологии маркетинга.
- 71. Товарная политика. Цели, задачи, направления.
- 72. Интернет — маркетинг. Цели, задачи, содержание, проблемы.

2.3 Типовой вариант зачетного тестирования

Вариант 1

- 1. Определение маркетинга по Ф. Котлеру: маркетинг – это**
 - А) наука о наиболее распространенных типах потребительского поведения
 - В) вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена
 - С) философия бизнеса
 - Д) наиболее рациональная система управления производством и сбытом
- 2. Последовательность изменения концепций в историческом развитии маркетинга:**
 - А) сбытовая
 - В) товарная
 - С) маркетинговая
 - Д) социальная
 - Е) производственная
- 3. Главной целью маркетинга является ориентация на ...**
 - А) производства
 - В) сбыт
 - С) финансовое благополучие фирмы
 - Д) потребителя
- 4. Укажите средства маркетинга:**
 - А) товарная политика
 - В) реклама
 - С) конъюнктура рынка
 - Д) фирменный стиль
- 5. Маркетинг - это система организации деятельности предприятия по ...**
 - А) производству и сбыту товаров
 - В) разработке, производству и сбыту товаров
 - С) производству и сбыту товаров с целью получения прибыли за счет роста объема продаж
 - Д) разработке, производству и сбыту товаров, отвечающих существующему и потенциальному спросу конкретных потребителей
- 6. Для концепции социально - этического маркетинга характерно:**

- А) установление гармонии между производственными возможностями национальной экономики и здоровыми потребностями общества
- В) наличие в каждой фирме стандартов качества, безопасности и сервиса
- С) наличие комплекса социальных программ
- Д) торговля лицензиями, ноу- хау

7. В комплекс «маркетинг - микс» входят:

- А) услуги, реклама, ценообразование, посредники
- В) товар, место продаж, личные продажи, стимулирование продаж
- С) товар, место, цена, продвижение
- Д) товар, ценообразование, стимулирование сбыта, каналы товародвижения

8. Исходным отношением для макро маркетинга является ...

- А) ответственность предприятия перед обществом и государственное регулирование условий для маркетинговой деятельности предприятий
- В) взаимосвязь между макро- и микро позицией маркетинга
- С) синергические эффекты совместных усилий в маркетинге
- Д) однозначная взаимосвязь между экономическими целями предприятиями и долгосрочными целями общества

9. Исследование обычно начинается со сбора...

- А) вторичных данных
- В) первичных данных
- С) всех одновременно
- Д) все ответы верны

10. К внутренним источникам кабинетного исследования относятся:

- А) отчеты о состоянии рынков и сбыте, исходящие от агентов, сбытовых подразделений
- В) годовые отчеты компании и отчеты руководителей на собрании акционеров
- С) аналитическая бухгалтерия, дающая представление о структуре цены продукции, ее рентабельности
- Д) материалы официальных государственных органов
- Е) материалы торговых палат, бирж, банков, специализированных информационных агентств.

11. Конкурентная среда – это ...

- А) обоснованный целевой сегмент рыночного взаимодействия с привлекательными условиями сбыта товаров, услуг
- В) количественные и качественные показатели рыночного участия компании-конкурента
- С) обоснование позиций рынка в результате комплексной оценки конкурентной среды, корпоративных преимуществ и возможностей
- Д) инвестирование социальных направлений; благотворительные акции патронированные, спонсирования и т. п.

12. Первым этапом процесса проведения маркетинговых исследований является ...

- А) планирование и организация сбора первичной информации
- В) представление полученных результатов исследования

С) выявление проблем и формулирование исследования

Д) систематизация и анализ собранной информации

13. Субъектами целевой аудитории являются ...

А) производители товаров и услуг

В) посредники (дилеры и агенты, брокеры)

С) розничные торговцы

Д) покупатели

14. По степени удовлетворения покупателей рыночный спрос бывает:

А) растущий

В) угасающий

С) стабильный

Д) удовлетворенный, неудовлетворенный, условно-удовлетворенный

15. Последовательность перехода от низших к высшим потребностям в модели мотивации человека А. Маслоу:

А) безопасности

В) социальных контактов

С) физиологических потребностей

Д) самовыражения

Е) самоутверждения (статус)

16. Элементы характеризующие категорию качества жизни:

А) количество, качество ассортимент доступность реализуемых товаров

В) региональные особенности колебания спроса на потребительские товары

С) качественные характеристики окружающей физической среды

17. Авантюризм относится к факторам

А) межличностным

В) личностным

С) психологическим

Д) окружающей среде

18. Лицо, выполняющее технические процедуры закупки:

А) инициатор

В) покупатель

С) пользователь

19. Основной целью маркетинга предприятия АПК может быть:

А) расширение рынка

В) увеличение доли компании на рынке

С) повышение рентабельности

20. Маркетинговая возможность фирмы определяется ...

А) целями и финансами фирмы

В) собственным и заемным капиталом фирмы

С) емкостью рынка

Д) целями и ресурсами фирмы

21. Сегмент рынка – это ...

А) совокупность потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же товар

В) часть конкретного рынка, отличающегося как по характеру требований потребителей к товару, так и по своей реакции на те или иные виды маркетингового воздействия (цена, реклама, методы сбыта и т.д.)

С) часть рынка, выделенного в соответствии с наиболее существенными характеристиками потребителей

22. Заповедь маркетинга «Знай свой товар»? – это знать ...

А) качественные характеристики товара

В) нижнюю и верхнюю границы цены на товар

С) отличия вашего товара от товаров конкурентов

Д) посредников, участвующих в продвижении товара к потребителю

23. Уровни развития идеи нового товара:

А) основная выгода или услуга, качество, марочное название, упаковка, гарантия

В) качество, марочное название, упаковка, гарантия

С) товар по замыслу, товар в реальном исполнении, гарантия, поставки и кредитование

Д) товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением

24. Характеристики ассортимента товаров:

А) полнота

В) степень обновления

С) затраты

Д) глубина

25. Основу при применении стратегии «цены проникновения» составляет...

А) завышение цен

В) занижение цен

С) модификация товара

26. Стратегия «стабильных цен» рассчитана на ...

А) малообеспеченных покупателей

В) индивидуальных заказчиков

С) солидных клиентов

27. Посредники выполняют функции:

А) ведение деловых операций

В) логистические функции

С) обслуживающие функции

28. Возможным задачи рекламы:

А) информирование рынка о новом товаре

В) описание оказываемых услуг

С) информация о стоимости товара

29. Достоинства журнальной рекламы:

А) высокая оперативность

В) легкость распространения среди групп целевого воздействия

С) наличие аудитории «вторичных» читателей

30. Процесс коммуникаций включает несколько элементов:

- A) предложение
- B) канал (средство)
- C) обратная связь
- D) ответная реакция

КЛЮЧ :

| | | |
|-----------------|---------------------|------------|
| 1. - в | 11. - с | 21. - d |
| 2.- е, в ,а,d,c | 12. -с | 22. - а |
| 3. - d | 13. - d | 23. - d |
| 4. - а, с | 14. - d | 24. - а, d |
| 5. - d | 15. - с, а, в, d, е | 25. - в |
| 6. - а | 16. - с | 26.- а |
| 7. - d | 17. - а | 27. - а |
| 8. - а, с, в | 18. - с | 28. - а |
| 9. - а | 19. - в | 29. -в |
| 10. - а | 20. - d | 30. -в,с |

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

Оценка знаний по дисциплине проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает:

- практические работы.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от соответствия критериям таблицы 1.

Оценка качества подготовки по результатам самостоятельной работы студента ведется:

1) преподавателем – оценка глубины проработки материала, рациональность и содержательная ёмкость представленных интеллектуальных продуктов, наличие креативных элементов, подтверждающих самостоятельность суждений по теме;

2) группой – в ходе обсуждения представленных материалов;

3) студентом лично – путем самоанализа достигнутого уровня понимания темы.

По дисциплине предусмотрены формы контроля качества подготовки:

- текущий (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- промежуточный (оценивается уровень и качество подготовки по конкретным разделам дисциплины).

Результаты текущего и промежуточного контроля качества выполнения студентом запланированных видов деятельности по усвоению учебной дисциплины являются показателем того, как студент работал в течение семестра. Итоговый контроль проводится в форме промежуточной аттестации студента – экзамена (зачета).

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся – оценивание результатов обучения по дисциплине, в том посредством испытания в форме экзамена (зачета).

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения. Последняя представляется в балльном исчислении согласно таблице 2.

Защита практической работы производится студентом в день ее выполнения в соответствии с учебным расписанием. Преподаватель проверяет правильность выполнения практической работы студентом и сделанных выводов, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью собеседования или тестирования.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. К зачету допускаются студенты, выполнившие все виды текущей аттестации – практические занятия, задание для самостоятельной работы.