Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Маланичева Наталья Николаевна
Должность: директор филиала
Дата подписания: 11.02.2024 09:01:30
Уникальный программный ключ:
94732c3d953a82d495dcc3155d5c573883fedd18

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ
ФИЛИАЛ СамГУПС в г. Нижнем Новгороде

Приложение
к рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Конкурентная разведка

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки / специальность

38.05.01 Экономическая безопасность

(код и наименование)

Направленность (профиль)/специализация

Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

(наименование)

Содержание

1. Пояснительная записка.
2. Типовые контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций.
3. Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации.

1. Пояснительная записка

Цель промежуточной аттестации – оценить уровень сформированности знаний, умений и навыков в результате обучения по дисциплине, степень освоенности компетенций.

Формы промежуточной аттестации: зачет с оценкой, 10 семестр.

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Код и наименование компетенции
ПК-5 Способен осуществлять стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами ПК-5.2 Проводит мониторинг финансово-экономических показателей организации с применением информационных технологий

Результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные материалы (семестр 10)
ПК-5 Способен осуществлять стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами ПК-5.2 Проводит мониторинг финансово-экономических показателей организации с применением информационных технологий	Обучающийся знает: • терминологию в области конкурентной разведки; • нормативные документы, регламентирующие деятельность в области конкурентной разведки; • критерии оценки качества информации;	Задание 1-30
	Обучающийся умеет: • проводить мониторинг информационной среды; • организовывать деятельность службы конкурентной разведки на предприятии; • применять на практике основные общеметодологические принципы конкурентной разведки.	Задание 31-42
	Обучающийся владеет: • проводить мониторинг информационной среды; • организовывать деятельность службы конкурентной разведки на предприятии; • применять на практике основные общеметодологические принципы конкурентной разведки.	Задание 43-54

Промежуточная аттестация (зачет с оценкой) проводится в одной из следующих форм:
1) Собеседование
2) Выполнение заданий электронного курса в ЭИОС СамГУПС.

2. Типовые контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций

2.1 Типовые вопросы (тестовые задания) для оценки знаниевого образовательного результата

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
ПК-5.2 Проводит мониторинг финансово-экономических показателей организации с применением информационных технологий	Обучающийся знает: • терминологию в области конкурентной разведки; • нормативные документы, регламентирующие деятельность в области конкурентной разведки; • критерии оценки качества информации;

1. Первым требованием к конкурентной разведке является …
А) независимость
Б) целеустремленность
В) недоверчивость
Г) законопослушность

2. Коммерческой разведкой является …
А) создание агентурной сети информаторов
Б) проведение саботажей на производстве конкурента
В) поиск информации, компрометирующей конкурентов
Г) сбор информации и подготовка выводов на ее основе

3. Основным принципом успешной разведывательной деятельности можно назвать …
А) глубокую конспирацию
Б) открытость и прозрачность деятельности
В) неограниченное финансирование
Г) наличие кадрового резерва

4. Одной из основных причин провалов коммерческой деятельности является … организации
А) отсутствие четкой организационной структуры
Б) недостаточное образование руководителя
В) Нехватка финансовых ресурсов
Г) Неправильно использование информационные возможности

5. Количество крупных российских компаний, использующих разведывательные возможности для достижения целей бизнеса, составляет …
А) 2–5 %
Б) 7–9 %
В) 20–25 %
Г) 50–60 %

6. Список объектов и целей разведывательного обеспечения представляет из себя …
А) риски и возможности рыночного происхождения
Б) угроз внешней среды организации
В) угроз внутренней среды организации
Г) финансовые риски организации

7. Список объектов и целей службы безопасности включает такой аспект, как …
А) угрозы финансового характера
Б) угрозы криминального характера
В) борьба с текучестью кадров
Г) соблюдение контрольно-пропускного режима в организации

8. Задача конкурентной разведки заключается …
А) в создании максимальных трудностей для деятельности конкурентов
Б) в устранении конкурентов с рынка
В) в завоевании реального конкурентного превосходства
Г) в увеличении прибылей организации

9. … – это вид аналитической деятельности, который наиболее близок к коммерческой разведке
А) Маркетинговые исследования
Б) Финансовый анализ
В) Мерчендайзинговые исследования
Г) Ребрендинг в организации

10. К важнейшим целям разведывательного обеспечения можно отнести …
А) сбор максимального количества компрометирующей информации на конкурентов
Б) достижение текущих целей организации
В) достижение стратегических целей организации
Г) формирование положительной репутации организации

11. Основное предназначение стратегической разведки – …
А) в получении превентивной информации о деятельности конкурентов
Б) в защите от разведки конкурентов
В) в получении информации о текущей деятельности конкурентов
Г) в дезинформации конкурентов

12. Оперативная коммерческая разведка изучает …
А) структуру прибыли организации
Б) риски, угрожающие организации
В) структуру расходов организации
Г) конкурентные преимущества организации

13. Наиболее ценную информацию стратегическая разведка получает …
А) из отчетов внедренных агентов
Б) из средств массовой информации
В) из рекламных блоков конкурентов
Г) из первоисточников

14. Оценка разведки находит свое отражение …
А) в величине вознаграждения разведчика
Б) в наградах разведчика от высшего руководства организации
В) в выводах, сделанных на основе анализа полученной информации
Г) в составлении отчета о проведении разведмероприятиях

15. Главной целью оперативной разведки является решение … задач
А) непрогнозируемых
Б) прогнозируемых
В) произошедших
Г) очевидных

16. Тактическая разведка …
А) направлена на решение глобальных целей организации
Б) рассматривает риски и угрозы повседневной деятельности организации
В) рассматривает внутреннюю ситуацию в организации
Г) занимается сбором компромата на конкурентов

17. Разведывательная информация представляет собой …
А) прогноз развития организации конкурентов
Б) прогноз развития нашей организации
В) информацию о текущих или произошедших событиях
Г) анализ событий, произошедших в прошлом

18. Сотрудники линейных отделов бизнес-структур в повседневной деятельности оперируют …
А) информацией о прошедших событиях
Б) тактическими данными конкретных событий
В) стратегическими данными конкретных событий
Г) информацией из источников СМИ

19. Разведывательная информация стратегического направления характеризуется …
А) конкретной нацеленностью на поставленную цель
Б) конкретной направленностью на определенный срок выполнения задачи
В) широким охватом и ограниченностью во времени
Г) широким охватом и долгосрочностью направленности

20. Оперативная разведывательная информация охватывает события …
А) требующие дополнительного анализа
Б) требующие немедленного реагирования
В) с прогнозируемым исходом
Г) не требующие вмешательства

21. Ключевым элементом любой деятельности, определяющим ее конечный успех, является …
А) определение цели деятельности
Б) грамотная постановка промежуточных задач
В) определение необходимого объема финансирования деятельности
Г) определение выбора ответственных лиц, отвечающих за осуществление деятельности

22. Главной особенностью развертывания системы коммерческой разведки является ее нацеленность …
А) на изучение условий внешней среды
Б) на стратегические цели бизнеса
В) на тактические цели бизнеса
Г) на изучение внутренней структуры организации

23. Разведпризнаки – это линия поведения объекта разведдеятельности, …
А) направленная на обеспечение его безопасности
Б) раскрывающая его организационную структуру
В) раскрывающая его финансовую структуру
Г) раскрывающая его дальнейшие действия

24. Главной целью нелинейного менеджмента является …
А) постановка цели
Б) достижение цели с наименьшими издержками
В) достижение цели раньше конкурентов
Г) обоснование необходимости достижения поставленной цели

25. Основными критериями отбора информации в процессе коммерческой разведки являются ее …
А) востребованности и достоверности
Б) красивом оформлении и в том, насколько информация интересна
В) недоступности для посторонних
Г) прогнозируемости

26. Главная ценность коммерческой разведки заключается в возможности …
А) влияния на конкурентов
Б) повышения производительности труда в организации
В) прогнозирования наступающих событий с высокой долей вероятности
Г) наблюдения за конкурентами

27.Коммерческая разведка способна принести своей компании дополнительную прибыль в размере …
А) 10–15 %
Б) 15–20 %
В) 30–40 %
Г) 60–90 %

28.Инновация с точки зрения конкурентоспособности представляет собой …
А) разработку новых регламентных документов
Б) захват новых рынков
В) модернизацию производства
Г) выход за рамки имеющихся возможностей

29. Отличительной особенностью «стратегического игрока» является возможность влиять …
А) на внутренние факторы бизнес-среды
Б) на внешние факторы бизнес-среды
В) на смежные рынки и отрасли
Г) на деятельность конкурентов

30. Обнародование разведывательной деятельности организации сильнее всего вредит …
А) деловой репутации организации
Б) отделу персонала организации
В) маркетинговому отделу организации
Г) руководителю организации

2.2 Типовые задания для оценки навыкового образовательного результата

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Образовательный результат
ПК-5.2 Проводит мониторинг финансово-экономических показателей организации с применением информационных технологий	Обучающийся умеет: • проводить мониторинг информационной среды; • организовывать деятельность службы конкурентной разведки на предприятии; • применять на практике основные общеметодологические принципы конкурентной разведки.

31. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения ассортиментной политики супермаркетов товаров для дома и ремонта г. Нижний Новгорода (Базовая компания – сеть супермаркетов «Стройся» – планирует обновить свой ассортиментный ряд по направлению «Мебель для ванной комнаты»). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

32. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен в автосалонах г. Нижний Новгорода в сегменте автомобилей для женщин, в т.ч. малолитражек (Базовая компания – автосалон «Шевроле» – планирует обеспечить наличие широкого ассортимента таких автомобилей в своем салоне). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

33. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения местонахождения салонов красоты г. Нижний Новгорода (базовая компания – новый салон красоты «Новый шик», ориентирующаяся на премиальный сегмент – планирует разместить свою точку в черте города). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для

предоставления полученных данных в табличной форме.

34. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения уровня сервиса в саунах г. Нижний Новгорода (Базовая компания – сауна «Венеция» – планирует занять лидирующее положение в своем сегменте). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

35. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения стоимости кредитов банков г. Нижний Новгорода (Базовая компания – банк «Восточный Экспресс» – хочет привлечь клиентов за счет минимальных ставок). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

36. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения эффективности мерчендайзинга в магазинах тканей г. Нижний Новгорода (базовая компания – магазин тканей «Восторг» – занялась повышением эффективности собственного мерчендайзинга). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

37. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения рекламной активности риэлтерских компаний (Базовая компания – риэлтерская фирма «Новоселье» – переживает кризис, связанный с понижением спроса, и пытается выявить его причины). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

38. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения квалификации персонала (наличие ученой степени, почетных званий) медицинских центров г. Нижний Новгорода (базовая компания – медицинский центр «Доктор Борменталь» – разрабатывает новую компанию по продвижению и планирует сделать акцент на высокий уровень персонала). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

39. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения эффективности сервиса компаний-автомоек (Базовая компания «Шик-блеск» планирует занять лидирующие позиции на рынке, в т.ч. за счет повышения сервисных услуг). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

40. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения стратегий развития национальных исследовательских университетов (базовая организация – НГАСУ – планирует попасть в их число за счет уникальной и амбициозной стратегии развития). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

41. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения системы скидок компаний, торгующих сантехникой (Базовая компания – магазин «Водолей» – планирует разработать наиболее оптимальную для клиентов-монтажников систему скидок). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

42. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения качества предоставления услуг юридическими агентствами г. Нижний Новгорода (Базовая компания – фирма «Юст-гранд» – считает уровень качества своих услуг относительно низким и желает его повысить). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

ПК-5.2 Проводит мониторинг финансово-экономических показателей организации с применением информационных технологий	Обучающийся владеет: • проводить мониторинг информационной среды; • организовывать деятельность службы деловой разведки на предприятии; • применять на практике основные общеметодологические принципы конкурентной разведки.

43. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен в ресторанах г. Нижний Новгорода (Базовая компания – ресторан «Стреза» – планирует расширить долю на рынке за счет снижения издержек и цен). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

44. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен и других значимых условий на услуги интернет-провайдеров г. Нижний Новгорода (Базовая компания – «Би-лайн» – планирует стать лидером на рынке интернет-провайдинга). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

45. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен и других значимых условий в ночных клубах г. Нижний Новгорода (Базовая компания – клуб-ресторан «Шаляпин» – заметил нехарактерное снижение спроса на свои услуги). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

46. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен и других значимых условий на рынке продуктовых супермаркетов г. Нижний Новгорода (Базовая компания – федеральная сеть супермаркетов «Магнит» – планирует вход на рынок). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

47. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения качества бензина на автозаправках г. Нижний Новгорода (Базовая компания – сеть заправок «Газпром» – поставила целью стать лидером на рынке за счет продажи бензина самого высокого качества). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

48. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения мерчендайзинга кофеен г. Нижний Новгорода (Базовая компания – новая кофейня «ТриКо» – планирует вход на рынок). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

49. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения ассортимента и других значимых условий на рынке книготорговли г. Нижний Новгорода (Базовая компания – сеть книжных магазинов «Студент» – планирует расширить ассортимент и занять лидирующие позиции на рынке). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

50. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен и других значимых условий в оптиках г. Нижний Новгорода (Базовая компания – салон очков «Фокус» – планирует вход на рынок и быстрое завоевание высокой рыночной доли). Перечислить источники информации,

способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

51. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения цен и других значимых условий на рынке доставки чистой питьевой воды (Базовая компания – ООО «Любимая вода» – планирует повышение цен и боится потерять часть рынка). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

52. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения профессионализма сотрудников агентств по организации праздников (Базовая компания – агентство «Торжество» – заметила снижение спроса на свои услуги и ищет причины этого). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

53. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения сервиса в кинотеатрах г. Нижний Новгорода (Базовая компания – новый кинотеатр «Колизей» – планирует вход на рынок и завоевание на нем лидирующих позиций). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

54. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения качества клининговых компаний г. Нижний Новгорода (Базовая компания – фирма «Мойдодыр» – планирует расширить свою долю на рынке). Перечислить источники информации, способы ее получения, разработать шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

2.3. Тематика контрольной работы

Тема 1. Система экономической разведки современного предприятия
Введение
Разведывательная деятельность организации.
Разведывательная деятельность государства.
Заключение
Список литературы
Тема 2. Система экономической контрразведки современного предприятия
Введение
Контрразведывательная деятельность современного предприятия
Планирование и организационные мероприятия контрразведывательного характера
Взаимосвязи разведывательной и контрразведывательной деятельности современного предприятия по целям, задачам, методам
Заключение
Список литературы
Тема 3. Информационно-аналитическая работа: основные принципы
Введение
Направления информационно-аналитической работы
Основные этапы, принципы, методы информационно-аналитической работы
Особенности информационно-аналитической работы в предпринимательской деятельности
Заключение
Список литературы
Тема 4. Аналитическая разведка средствами Интернета
Введение
Интернет как средство разведки и влияния
Поиск в Интернете. Работа с открытыми источниками информации.
Специализированные базы данных Заключение
Список литературы
Тема 5. Принципы создания интегрированного банка данных службы безопасности предприятия
Введение
Основные цели внедрения информационной системы службы безопасности современного предприятия
Концептуальное проектирование типовой структуры ИБД

Заключение
Список литературы
Тема 6. Принципы обработки материалов средств массовой информации
Введение
Правовое обеспечение деятельности средств массовой информации
СМИ и разведывательная деятельность
Мониторинг СМИ
Заключение
Список литературы
Тема 7. Введение в теорию разведывательной информации
Введение
История вопроса конкурентной разведки
Источники информации
Характеристики и требования к разведывательной информации
Заключение
Список литературы
Тема 8. Организация конкурентной разведки и ее роль в стратегии предприятия
Введение
Финансовое обеспечение конкурентной разведки
Конкурентная разведка и ее роль в современном менеджменте
Заключение
Список литературы
Тема 9. Организация и ведение конкурентной разведки. Российские и международные особенности
Введение
Правовые основы конкурентной разведки в России
Методические основы конкурентной разведки
Место конкурентной разведки в структуре международной компании
Заключение
Список литературы
Тема 10. Информационные технологии, как современный инструментарий конкурентной разведки и службы безопасности, возможности взаимодействия
Введение
Информационные технологии, как инструментарий конкурентной разведки
Информационные технологии, как инструментарий службы безопасности
Формы взаимодействия конкурентной разведки и службы безопасности в международной компании
Заключение
Список литературы
Тема 11. Методологическое обеспечение деловой разведки
Введение
Инструментарий деловой разведки.
Конкурентная среда.
Модель «пяти сил» М. Портера.
Заключение
Список литературы
Тема 12. Информационные ресурсы конкурентной разведки
Введение
Классификация информации.
Метод оценки качества информации (по Кенту).
Методы анализа информации. Модель Ишикавы.
Заключение
Список литературы
Тема13.Основные информационные характеристики разведывательного процесса.
Введение
Нормативные документы, определяющие принципы работы с информацией.
Цикл обработки информации. Виды информации и их особенности.

Технические методы и средства получения информации
Заключение
Список литературы
Тема 14. Принципы организации системы конкурентной разведки на предприятии
Введение
Система конкурентной разведки на предприятии.
Архитектура службы конкурентной разведки.
Нормативные документы, регламентирующие деятельность службы конкурентной разведки.
Заключение
Список литературы

2.4. Перечень вопросов для подготовки обучающихся к промежуточной аттестации

1. Определение объектов конкурентной разведки.
2. Причины возникновения конкурентной разведки.
3. Основные направления деятельности конкурентной разведки.
4. Инструментарий конкурентной разведки.
5. Факторы, влияющие на эффективность конкурентной разведки.
6. Модель конкурентной среды по Портеру.
7. Методика выявления угроз, на ранних стадиях их возникновения.
8. Информационное поле руководителя.
9. Применение методов конкурентной разведки при принятии решения.
10. Информационные ресурсы конкурентной разведки.
11. Оценка качества информации.
12. Аналитические методы конкурентной разведки.
13. Метод сети связи.
14. Контент-анализ.
15. Основные типы задач конкурентной разведки.
16. Организация Службы ДР на предприятии.
17. Положение о конкурентной разведке.
18. Сравнительный анализ отечественных информационно-аналитических систем.
19. Профессиональные базы данных.
20. Цели и задачи конкурентной разведки.
21. Методологическое обеспечение конкурентной разведки.
22. Инструментарий конкурентной разведки.
23. Конкурентная среда. Модель «пяти сил» М. Портера.
24. Информационное поле руководителя.
25. Информационные помехи в контуре процесса принятия решения.
26. Сбор информации.
27. Информационные ресурсы.
28. Классификация информации.

Метод оценки качества информации (по Кенту).

29. Методы анализа информации. Модель Ишикавы.
30. Нормативные документы, регламентирующие деятельность службы конкурентной разведки.
31. Взаимодействие службы конкурентная разведка с другими структурными подразделениями предприятия.
32. Конкурентная разведка в сети Интернет.
33. Профессиональные базы данных.
34. Информационно-аналитические системы.
35. Ситуационные центры.

3. Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации

Критерии формирования оценок по ответам на вопросы, выполнению тестовых заданий

- оценка **«отлично»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на вопросы составляет 100 – 90% от общего объёма заданных вопросов;
- оценка **«хорошо»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на вопросы – 89 – 76% от общего объёма заданных вопросов;
- оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на тестовые вопросы –75–60 % от общего объёма заданных вопросов;
- оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов – менее 60% от общего объёма заданных вопросов.

Критерии формирования оценок по результатам выполнения контрольной работы

«Зачтено» – Все индикаторы достижений компетенции сформированы на уровне не ниже базового.

Все теоретические вопросы раскрыто полностью, изложены логично и последовательно. Практическая часть работы выполнена верно.

«Незачтено» – Все индикаторы достижений компетенции сформированы на уровне ниже базового.

Теоретические вопросы не раскрыты или имеются серьезные ошибки и неточности при изложении ответа на вопросы. Задачи решены с ошибками.

Критерии формирования оценок по зачету с оценкой

«Отлично» – Все индикаторы достижений компетенции сформированы на высоком уровне и студент отвечает на все дополнительные вопросы. Теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов. Студент демонстрирует полное соответствие знаний, умений и навыков показателям и критериям оценивания индикаторов достижения компетенции на формируемом дисциплиной уровне. Хорошо ориентируется в теоретических вопросах. Оперирует приобретенными знаниями, умениями и навыками, в том числе в ситуациях повышенной сложности. Отвечает на все вопросы билета без наводящих вопросов со стороны преподавателя. Не испытывает затруднений при ответе на дополнительные вопросы. Верно выполнил практическую часть билета.

«Хорошо» – Один индикатор достижения компетенции сформирован на высоком уровне, а один индикатор достижения компетенции сформирован на среднем уровне.Все индикаторы достижений компетенции сформированы на среднем уровне, но студент аргументированно отвечает на все дополнительные вопросы;

Один индикатор достижений компетенции сформирован на среднем уровне, а другой на базовом уровне, но студент уверенно отвечает на все дополнительные вопросы.

Теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов. Студент демонстрирует полное соответствие знаний, умений и навыков показателям и критериям оценивания индикаторов достижения компетенции на формируемом дисциплиной уровне. Хорошо ориентируется в теоретических вопросах. Оперирует приобретенными знаниями, умениями и навыками, в том числе в ситуациях повышенной сложности. На один вопрос билета дал самостоятельный ответ, при ответе на второй теоретический вопрос билета ответил при помощи наводящих вопросов со стороны преподавателя. Не испытывает затруднений при ответе на дополнительные вопросы. Верно выполнил практическую часть билета. При ответе на дополнительные вопросы допускает неточности.

«Удовлетворительно» - Все индикаторы достижений компетенции сформированы на базовом уровне; Один индикатор достижения компетенции сформирован на базовом уровне, другой на среднем уровне, но студент затрудняется ответить на дополнительные вопросы.

Теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но проблемы не носят принципиального характера. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений и навыков показателям и критериям оценивания компетенций на формируемом дисциплиной уровне: допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний по ряду вопросов. Затрудняется отвечать на дополнительные вопросы. Испытывает затруднения при выполнении практической части билета.

«Неудовлетворительно» - Индикатор достижения компетенции сформирован на уровне ниже базового и студент затрудняется ответить на дополнительные вопросы.

Теоретическое содержание дисциплины освоено частично. Студент демонстрирует явную недостаточность или полное отсутствие знаний, умений и навыков на заданном уровне сформированности компетенции.