

Документ подписан посредством электронной подписи
Информация о владельце: «Бурятская государственная сельскохозяйственная академия
ФИО: Цыбиков Бэликто Батоевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.06.2026 15:50:16
Уникальный программный ключ:
056af948c3e48c6f3c571e429957a8ae7b757ae8

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия
имени В.Р. Филиппова»**

Экономический факультет

СОГЛАСОВАНО

**Заведующий выпускающей
кафедрой
Менеджмент**

к.э.н., доцент
уч. ст., уч. зв.

Суворова А.В.
ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

УТВЕРЖДАЮ

**Декан экономического
факультета**

к.э.н., доцент
уч. ст., уч. зв.

Баниева М.А.
ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

дисциплины (модуля)

Б1.В.08 Маркетинг проекта

**Направление подготовки
44.03.01 Педагогическое образование**

**Направленность (профиль)
Проектирование и управление в социально-образовательной сфере
бакалавр**

Улан – Удэ, 2026

ВВЕДЕНИЕ

1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) являются обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины (модуля) и представлены в виде оценочных средств.
2. Оценочные материалы являются составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины (модуля).
3. При помощи оценочных материалов осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины (модуля).
4. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) включают в себя:
 - оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины (модуля);
 - оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО;
 - оценочные средства, применяемые для текущего контроля;
5. Разработчиками оценочных материалов по дисциплине (модулю) являются преподаватели кафедры, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины (модуля), в Академии. Содержательной основой для разработки оценочных материалов является Рабочая программа дисциплины (модуля).

Перечень видов оценочных средств

Перечень вопросов к зачету,
Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов,
Комплект кейс-задач,
Темы рефератов,
Комплект заданий для деловой игры,
Комплект вопросов для самостоятельной работы обучающихся,
Комплект тестовых заданий

Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины

Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины:
Маркетинг проекта

1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»

Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины (модуля)

1	2
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей обучения по данной дисциплине
Форма промежуточной аттестации -	зачёт/зачет с оценкой
Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины
	2) процедура проводится в рамках ВАРО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачёта:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Комплект тестовых заданий

1. Знак европейского экономического сообщества "СЕ" относится к
 - А) международным знакам соответствия;
 - Б) региональным знакам соответствия;
 - В) национальным знакам соответствия
2. Эти знаки дают указания по выполнению погрузочно-разгрузочных работ
 - А) знаки соответствия;
 - Б) предупредительные знаки;
 - В) манипуляционные знаки
3. Такой знак на упаковке указывает на возможность ее переработки или возврата
 - А) «голубой ангел»;
 - Б) «зеленая точка»;
 - В) «белый лебедь»;
 - Г) экоснак Японии
4. Автомобиль, имеющий такой знак, оборудован надежной системой очистки выхлопных газов – это знак
 - А) «зеленая точка»;
 - Б) «белый лебедь»;
 - В) «голубой ангел»;
 - Г) экоснак Японии
5. Для маркировки большинства потребительских товаров используются

А) номера стандарта EAN-13

Б) номера стандарта EAN-8

В) номера стандарта EAN.DUN-14

6. Для нумерации малогабаритных товаров используют

А) номера стандарта EAN-8

Б) номера стандарта EAN-13

В) номера стандарта EAN.DUN-14

7. В зависимости от вида и технической сложности товара изготовитель и/или продавец может дополнить обязательную информацию такими данными, как:

А) данные об обязательной сертификации;

Б) масса нетто;

В) наименование страны-изготовителя

8. В зависимости от вида и технической сложности товара изготовитель и/или продавец может дополнить обязательную информацию такими данными, как:

А) наименование товара;

Б) дата изготовления;

В) наименование фирмы-изготовителя

9. Наименование страны-изготовителя указывается по названию

А) принятому в ЕС;

Б) принятому в ВТО;

В) принятому в ООН

10. Масса нетто, основные размеры, объем и количество товара должны указываться в международной системе единиц (СИ). Допускается не указывать массу или объем на изделиях массой

А) менее 5 г или объемом менее 5 мл;

Б) менее 8 г или объемом менее 8 мл;

В) менее 10 г или объемом менее 10 мл

11. Информация о продовольственных товарах может быть дополнена сведениями

А) товарный знак изготовителя;

Б) ветеринарное клеймо;

В) условия хранения

12. Информация о продовольственных товарах может быть дополнена сведениями

А) пищевая ценность;

Б) срок годности;

В) товароведческое клеймо

13. Если продукт (сырье, полуфабрикат), изготовленный в одной стране, проходит в другой стране технологическую обработку, которая изменяет его свойства или превращает в готовое изделие, то другая страна рассматривается

А) как страна происхождения;

Б) как страна производитель;

В) как страна контрагент

14. Этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, клейма, штампы – это носители

А) торговой маркировки;

Б) производственной маркировки;

В) промышленной маркировки

15. Такая маркировка наносится не на товар, а на указанные носители или эксплуатационные документы и связана с указанием данных о продавце, в меньшей степени – с информацией о товаре

А) производственная маркировка;

Б) торговая маркировка;

В) промышленная маркировка

1. Прямое сравнение, сравнение с усредненным товаром, сравнение с устаревшей моделью, сравнение с целой товарной категорией, искусственное сравнение, сравнение с самим собой применяются для того, что бы подчеркнуть...

А) популярность торговой марки;

Б) популярность компании;

В) преимущества бренда;

Г) степень распространенности продукта

2. Схема: анализ рынка — товар — конкуренты — сегментирование — сравнение (выгоды, преимущества) необходима для...

А) позиционирования бренда;

Б) разработки дизайна логотипа;

В) создания товарного знака;

Г) выгоды потребителя, получаемой в результате приобретения брэнда

3. Позиционирование — это...

А) узнаваемость торговой марки

Б) контроль качества товарного знака;

В) создание для бренда такого контекста, в котором связанный с ним выбор будет восприниматься

как наилучший;

Г) производство лучшего товара.

4. Основная цель позиционирования —...

А) добиться устойчивого представления в сознании покупателей о бренде как о лучшем товаре для конкретных условий;

Б) произвести лучший товар;

В) добиться лучших условий для конкретных покупателей;

Г) разместить товары на позициях

5. Функциональное, социальное, ментальное и духовное измерения являются основой...

А) 5 законов маркетинга;

Б) создания товарного знака;

В) данных измерений;

Г) концепции 4D-брендинга.

6. Основные качества, необходимые для успешного позиционирования бренда, это:...

А) актуальность, простота, отличие, последовательность, постоянство;

Б) запоминаемость и навязчивость рекламы;

В) объем рекламного бюджета;

Г) креативность создателей бренда

7. Рассматривая четыре ключевых фактора: Тип бренда, Особенности товарной категории, Уровень притязаний, Особенности местной культуры, маркетологи оценивают...

А) популярность бренда;

Б) независимость бренда;

В) глобальность бренда;

Г) потребность бренда в локализации

8. Мастер бренды, Бренды престижа, Супербренды, Глокальные бренды относятся к

А) локальным брендам;

Б) международным брендам;

В) местным брендам;

Г) трансатлантическим брендам

9. Стратегия успешного начала работы нового бренда на локальном рынке:

А) стремление не выделяться от конкурентов, быть как все;

Б) жесткая критика конкурентов;

В) ставка на эмоции, яркую и выразительную коммуникацию, выделение из ряда конкурентов с помощью необычного названия и стиля;

Г) полное копирование известного бренда

10. Точность, емкость, краткость, живость, эмоциональность и благозвучие – это...

А) общие требования к имени бренда;

Б) невыполнимые условия;

В) одинаковые черты в названиях всех брендов;

Г) черты только глобальных брендов

11. Процесс создания индивидуальных черт, изменения их для достижения максимальной эффективности, а также составление планов антикризисного управления брендом в случае необходимости называется...

А) управление брендом;

Б) антикризисным управлением;

В) медиапланированием;

Г) принципом брендинга

12. Растягивание брэнда (Brand Extension) означает ...

А) экстенсивное развитие бренда;

Б) увеличение затрат на продвижение;

В) применение бренда за пределами того товарного ряда, к которому он применялся изначально;

Г) полное изменение смысла бренда

13. Социально–демографическими, психографическими, поведенческими критериями при разработке бренда пользуются для того, чтобы...

А) провести социологический анализ;

Б) сегментировать рынок;

В) захватить мировой рынок;

Г) захватить локальный рынок

14. Медиаплан, изготовление рекламной продукции, размещение рекламной продукции в каналах коммуникаций, комплексные программы лояльности применяются для...

А) продвижения бренда;

Б) освоения рекламного бюджета;

В) целей медиапланирования;

Г) создания товарного знака

Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов

Тема 1. Современная концепция маркетинга в управлении проектами

1. Маркировка товара, ее экологическая составляющая.
2. Особенности Российской экомаркировки.
3. Правовая база использования товарных знаков.
4. Право на товарный знак, регистрация, экспертиза, выдача свидетельства.
5. Международная регистрация знаков.

Тема 2. Организация осуществления проекта

1. Основные модели и принципы создания бренда экологической и региональной продукции.
2. Экологическая составляющая бренда и брендинга предприятия и его продукции.
3. Этапы разработки бренда сельских территорий.
4. Понятие и критерии «сильной марки» экологической и региональной продукции.
5. Позиционирование брендов. Продвижение бренда сельских территорий.

Тема 3. Маркетинговые исследования в рамках управления проектами

1. Структура и содержание плана маркетинга.
2. Механизм разработки плана маркетинга продукции сельских территорий.
3. Задачи и основные принципы маркетингового исследования продукции сельских территорий.
4. Этапы проектирования, содержание этапов. Планирование программы маркетинговых исследований.
5. Методы маркетинговых исследований.

Тема 4. Планирование проекта

1. Эко-спонсоринг – как инструмент развития эко-маркетинга. Консультации организатора мероприятия на предмет создания условий спонсорского участия
2. Проведение и контроль рекламной кампании спонсора в рамках конкретного мероприятия.
3. Эко-таймент как концепция коммуникации с потребителями, пробуждающая экологическое поведение посредством эмоциональной инсценировки привлекательного стиля жизни.
4. Эко-лизинг – как инструмент развития эко-маркетинга, его разновидности.

Тема 5. Сетевое планирование

1. Интернет как виртуальный рынок сбыта эко-продуктов.
2. Выставка продукции.
3. Вирусный маркетинг как способ информирования потребителей эко-продуктов.
4. Коммуникационные средства продвижения эко-продуктов в местах продаж.
5. Роль PR в продвижении эко-продуктов

Темы рефератов

1. Классификация товарных знаков и их использование
2. Маркировка товара, ее экологическая составляющая
3. Особенности Российской маркировки
4. Основные модели и принципы создания бренда продукции
5. Качество продукции как базовый элемент конкурентоспособности
6. Планирование программы маркетинговых исследований
7. Методы маркетинговых исследований
8. Интернет как виртуальный рынок сбыта товаров (продуктов)
9. Персональная продажа
10. Вирусный маркетинг как способ информирования потребителей

Комплект кейс-задач

Задача 1. Руководитель финансовой службы в компании «Fetmer» только что вручил вам прогнозные данные о двух проектах. Проект L предполагает установку дополнительного оборудования для производства новых видов замороженных продуктов; поскольку рынок новой продукции еще не сформировался, ожидается, что денежный поток со временем будет расти. Проект S предусматривает реконструкцию действующей технологической линии, денежный поток в этом случае будет с годами постепенно снижаться. Оба проекта рассчитаны на 3 года, поскольку «Palmer» планирует ввести в строй принципиально новую технологическую линию взамен действующей. Денежные потоки по проектам таковы:

Год	0	1	2	3
Проект L	-100	10	60	80
Проект S	-100	70	50	20

В потоках уже учтено влияние амортизации, изменения оборотных средств и остаточной стоимости основных средств. По мнению руководства, оба проекта имеют среднюю степень риска. Цена капитала в компании 10%. Необходимо сделать заключение о том, стоит ли принять один или оба проекта.

Задача 2. Технопарк «Система-Саров».

Технопарк «Система-Саров» (Нижегородская область) создан на принципах государственно-частного партнерства АФК «Система» и Российским федеральным ядерным центром «Всероссийский НИИ экспериментальной физики» (РФЯЦ-ВНИИЭФ), является элементом национальной инновационной системы. Находится технопарк в поселке Сатис, в 5 км от Сарова. На территории общей площадью 50 га строятся офисные здания, лаборатории, производственные цеха. Технопарк является базовой площадкой научно-производственного кластера, созданного для реализации и коммерциализации инновационного потенциала РФЯЦ-ВНИИЭФ в гражданском секторе. Основными направлениями деятельности научно-производственного кластера являются энергоэффективность и энергосбережение, ядерные, космические, телекоммуникационные, информационные и суперкомпьютерные технологии. Управляющей компанией технопарка является ПАО «Технопарк “Система-Саров”» — дочернее предприятие АФК «Система».

На территории технопарка площадью 50 га функционирует более 20 российских и зарубежных компаний, включая компанию Intel. Ведутся переговоры с ведущими мировыми высокотехнологичными компаниями — Nokia, Siemens, Network, General Motors, Rolls Royce, Hewlett-Packard, Magna и др. — о реализации проектов и создании совместных предприятий и исследовательских групп. В планах по развитию инфраструктуры технопарка — строительство бизнес-инкубатора, в котором будут расположены Суперкомпьютерный центр и Высшая школа физики и информационных технологий. В технопарке создан Молодежный инновационный центр «Система-Саров» для продвижения инновационных проектов молодых ученых. На базе центра планируется создание системы подготовки кадров для высокотехнологичных инновационных компаний. Уже сейчас проводятся научно-техническая и инвестиционная экспертизы проектов, формируется банк проектов и портфель заказов.

ПАО «Технопарк “Система-Саров”» подписал соглашение о сотрудничестве с Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Национальный исследовательский ядерный университет “МИФИ” (Москва)». Согласно сообщению на сайте технопарка, соглашение было подписано в рамках проекта «Молодежный инновационный центр “Система-Саров”». Сотрудничество будет осуществляться в образовательной и научно-исследовательской сферах, в частности, в области ядерных и информационных технологий, включая суперкомпьютеры.

Сегодня главная задача технопарка — создание новых молодежных стартапов, когда по-настоящему удачная идея получает все шансы быть реализованной. Председатель совета директоров технопарка «Система-Саров» Андрей Шпиленко рассказал: «Мы, с одной стороны, находим идею, с другой — специалистов с экономическим, прежде всего, образованием, которые готовы коммерциализировать первоначальную задумку». Менее чем за год технопарк провел экспертизу более 2000 проектов, на данный момент реализуются:

- создание Центра компетенций, обучения и сертификации по суперкомпьютерному имитационному моделированию;
- создание генераторов синтеза газа;
- создание наземно-космического центра информационно-управляющих систем различного назначения;
- создание Национального центра лазерных систем и технологий;
- создание Центра гидродинамических исследований;
- новые технологии переработки и транспортировки угля в рамках угольного технологического кластера;
- создание производства трубопроводной арматуры для тепловых и атомных электростанций;
- создание аппаратно-программного комплекса для имитационного моделирования телекоммуникационных процессов, диагностики и мониторинга объектов на основе акустико-эмиссионных технологий.

На территории технопарка уже построены объекты:

- Инновационно-технологический центр и Центр информационных технологий;
- производственное здание;
- лабораторный корпус;
- гостиница на 70 мест;
- кафе с демонстрационным залом на 100 мест;
- гостевые дома.

Основным инвестором при создании технопарка являлось государство — через федеральные целевые программы и другие инструменты. Согласно планируемым показателям деятельности ПАО «ИТЦ “Система-Саров”» может занять > 10% рынка в России по разработке новых инновационных продуктов для крупного российского бизнеса в ключевых секторах. Объем инвестиций проекта составил 15 млрд руб.

Основными конкурентами ПАО «Технопарк «Система-Саров»» являются ООО «НПО ТЭТ»», Санкт-Петербург; ООО «Люция», Тюмень; ООО ЦГИ «Прогноз», Красноярск; ООО «Сибирь», Улан-Удэ; ООО «Мегаскан», Москва; ООО ИНК КОМ, Пермский край, Пермь; ЗАО «Петролеум Технолоджис», Москва.

В 2018 г. ПАО «ИТЦ «Система-Сэров»» было получено свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ «Система акустического мониторинга обстановки» (начальная (максимальная) цена договора на ее изготовление и поставку составила 50 млн руб.).

Задания к кейсу.

1. Определите примененную в данной ситуации модель ГЧП.
2. Определите возможную бюджетную эффективность использования модели ГЧП.
3. Раскройте нормативное регулирование механизмов обеспечения исполнения обязательств публичных партнеров, принятых в рамках реализуемого проекта ГЧП.
4. Перечислите и обоснуйте возможные риски, оказывающие влияние на реализацию проекта ГЧП.
5. Раскройте и рассчитайте влияние риска на стоимость привлекаемого финансирования.
6. Перечислите лучшие практики государственного и муниципального управления с использованием ГЧП для отраслевого, регионального и городского развития в сфере инноваций.

Комплект заданий для деловой игры

Тема. Маркетинговые исследования в рамках управления проектами

Концепция игры.

Объект имитации. Процедура подготовки устного выступления (доклада, дискуссии) на заданную тему, само выступление и дискуссия по нему.

Сценарий.

Первый этап - Исходная информация об игре.

Второй этап - Распределение ролей и формирование секций, изучение инструкций игроками и правил игры, установление регламента.

Третий этап - Ролевое общение внутри группы.

Четвертый этап - Выступление экспертов с оценкой игры.

Пятый этап - Разбор игры преподавателем

Роли. Лидер, докладчик, оппонент, провокатор, регистратор, эксперт

Задания. Подготовить доклады по результатам проведенных исследований: механизм разработки плана маркетинга продукции сельских территорий, методы проведения анализа для разработки плана маркетинга, планирование программы маркетинговых исследований.

Ожидаемые результаты. Научить применять на практике методику подготовки устного выступления (доклада, дискуссии); выработать умение вести дискуссию; отработать процедуру задавания вопросов и ответов на них, выявив типичные недостатки и способы их устранения; освоить новые формы устных выступлений; научиться принимать коллективные решения; закрепить лекционный материал.

Комплект вопросов для самостоятельной работы обучающихся

Тема 1. Современная концепция маркетинга в управлении проектами

1. Маркировка товара, ее экологическая составляющая.
2. Особенности Российской экомаркировки.
3. Правовая база использования товарных знаков.
4. Право на товарный знак, регистрация, экспертиза, выдача свидетельства.
5. Международная регистрация знаков.

Тема 2. Организация осуществления проекта

1. Основные модели и принципы создания бренда экологической и региональной продукции.
2. Экологическая составляющая бренда и брендинга предприятия и его продукции.
3. Этапы разработки бренда сельских территорий.
4. Понятие и критерии «сильной марки» экологической и региональной продукции.
5. Позиционирование брендов. Продвижение бренда сельских территорий.

Тема 3. Маркетинговые исследования в рамках управления проектами

1. Структура и содержание плана маркетинга.
2. Механизм разработки плана маркетинга продукции сельских территорий.
3. Задачи и основные принципы маркетингового исследования продукции сельских территорий.
4. Этапы проектирования, содержание этапов. Планирование программы маркетинговых исследований.
5. Методы маркетинговых исследований.

Тема 4. Планирование проекта

1. Эко-спонсоринг – как инструмент развития эко-маркетинга. Консультации организатора мероприятия на предмет создания условий спонсорского участия.
2. Проведение и контроль рекламной кампании спонсора в рамках конкретного мероприятия.
3. Эко-таймент как концепция коммуникации с потребителями, пробуждающая экологическое поведение посредством эмоциональной инсценировки привлекательного стиля жизни.
4. Эко-лизинг – как инструмент развития эко-маркетинга, его разновидности.

Тема 5. Сетевое планирование

1. Интернет как виртуальный рынок сбыта эко-продуктов.
2. Выставка продукции.
3. Вирусный маркетинг как способ информирования потребителей эко-продуктов.
4. Коммуникационные средства продвижения эко-продуктов в местах продаж.
5. Роль PR в продвижении эко-продуктов.

Перечень вопросов к зачету

1. Понятие и назначение товарных знаков. Классификация товарных знаков и их использование
2. Маркировка товара, ее экологическая составляющая
3. Маркировка товаров как один из видов предоставления информации для потребителей (пользователей)
4. Особенности Российской маркировки
5. Правовая база использования товарных знаков
6. Право на товарный знак, регистрация, экспертиза, выдача свидетельства
7. Международная регистрация знаков
8. Передача товарного знака
9. Правовая охрана товарных знаков. Прекращение правовой охраны товарного знака
10. Основные модели и принципы создания бренда продукции
11. Качество продукции как базовый элемент конкурентоспособности
12. Экологические составляющие качества продукции предприятия
13. Механизм разработки плана маркетинга продукции
14. Методы проведения анализа для разработки плана маркетинга
15. Задачи и основные принципы маркетингового исследования
16. Этапы проектирования, содержание этапов
17. Планирование программы маркетинговых исследований
18. Методы маркетинговых исследований
19. Продажи историями. Продажа по аналогии. Продажа на контрасте
20. Лизинг – как инструмент развития маркетинга, его разновидности. Участники лизинга
21. Принципы функционирования лизинга
22. Интернет как виртуальный рынок сбыта продуктов
23. Специфика деловой среды Интернет
24. Выставка продукции
25. Франчайзинг
26. Телемаркетинг
27. Мерчандайзинг
28. Персональная продажа
29. Вирусный маркетинг как способ информирования потребителей. Коммуникационные средства продвижения продуктов в местах продаж
30. Роль PR в продвижении товаров (продуктов)

Критерии оценивания контрольной работы участия обучающегося в активных формах обучения (доклады, выступления на семинарах, практических занятиях и пр.):	
Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Полное раскрытие вопроса; указание точных названий и определений; правильная формулировка понятий и категорий; самостоятельность ответа, умение вводить и использовать собственные классификации и квалификации, анализировать и делать собственные выводы по рассматриваемой теме; использование дополнительной литературы и иных материалов и др.
71-85 баллов «хорошо»	Недостаточно полное, по мнению преподавателя, раскрытие темы; несущественные ошибки в определении понятий, категорий и т.п., кардинально не меняющих суть изложения; использование устаревшей учебной литературы и других источников
56-70 баллов «удовлетворительно»	Отражение лишь общего направления изложения лекционного материала и материала современных учебников; наличие достаточного количества несущественных или одной - двух существенных ошибок в определении понятий и категорий и т. п.; использование устаревшей учебной литературы и других источников; неспособность осветить проблематику учебной дисциплины и др.
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Темы не раскрыты; большое количество существенных ошибок; отсутствие умений и навыков, обозначенных выше в качестве критериев выставления положительных оценок и др.

Критерии оценивания контрольной работы тестовых заданий
--

Материалы тестовых заданий
Материалы тестовых заданий следует сгруппировать по темам/разделам изучаемой дисциплины (модуля) в следующем виде:
Тема (темы) / Раздел дисциплины (модуля)
Тестовые задания по данной теме (темам)/Разделу с указанием правильных ответов.
Критерии оценивания (устанавливаются разработчиком самостоятельно с учетом использования рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся)
Примерные критерии оценивания:
- отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству
Шкала оценивания (устанавливается разработчиком самостоятельно с учетом использования рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся)
Примерная шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнено 86-100% заданий
71-85 баллов «хорошо»	Выполнено 71-85% заданий
56-70 баллов «удовлетворительно»	Выполнено 56-70% заданий
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Выполнено 0-56% заданий

Критерии оценивания контрольной работы темы эссе (рефератов, докладов, сообщений)
--

Перечень тем эссе/докладов/рефератов/сообщений и т.п.
Критерии оценивания (устанавливаются разработчиком самостоятельно с учетом использования рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся)
Примерные критерии оценивания:
– полнота раскрытия темы;
– степень владения понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины;
– знание фактического материала, отсутствие фактических ошибок;
– умение логически выстроить материал ответа;
– умение аргументировать предложенные подходы и решения, сделанные выводы;
– степень самостоятельности, грамотности, оригинальности в представлении материала (стилистические обороты, манера изложения, словарный запас, отсутствие или наличие грамматических ошибок);
– выполнение требований к оформлению работы.
Шкала оценивания (устанавливается разработчиком самостоятельно с учетом использования рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся).
Примерная шкала оценивания письменных работ:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Содержание работы в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано знание фактического материала, отсутствуют ошибки. Продемонстрировано уверенное владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов.
	Показано умелое использование категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи. Ответ четко структурирован и выстроен в заданной логике. Части ответа логически взаимосвязаны. Отражена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа укладывается в заданные рамки при сохранении смысла. Продемонстрировано умение аргументировано излагать собственную точку зрения. Видно уверенное владение освоенным материалом, изложение сопровождается адекватными иллюстрациями (примерами) из практики. Высокая степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала: стилистические обороты, манера изложения, словарный запас. Отсутствуют стилистические и орфографические ошибки в тексте. <u>Работа выполнена аккуратно, без помарок и исправлений.</u>
71-85 баллов «хорошо»	Содержание ответа в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано знание фактического материала, встречаются несущественные фактические ошибки. Продемонстрировано владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов. Показано умелое использование категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи. Ответ в достаточной степени структурирован и выстроен в заданной логике без нарушений общего смысла. Части ответа логически взаимосвязаны. Отражена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа незначительно превышает заданные рамки при сохранении смысла. Продемонстрировано умение аргументированно излагать собственную точку зрения, но аргументация не всегда убедительна. Изложение лишь отчасти сопровождается адекватными иллюстрациями (примерами) из практики. Достаточная степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала. Встречаются мелкие и не искажающие смысла ошибки в стилистике, стилистические штампы. Есть 1–2 орфографические ошибки. <u>Работа выполнена аккуратно, без помарок и исправлений.</u>
56-70 баллов «удовлетворительно»	Содержание работы в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано удовлетворительное знание фактического материала, есть фактические ошибки (25–30%). Продемонстрировано достаточное владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины, есть ошибки в употреблении и трактовке терминов, расшифровке аббревиатур. Ошибки в использовании категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи. Ответ плохо структурирован, нарушена заданная логика. Части ответа логически разорваны, нет связей между ними. Ошибки в представлении логической структуры проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа в существенной степени (на 25–30%) отклоняется от заданных рамок. Нет собственной точки зрения либо она слабо аргументирована. Примеры, приведенные в ответе в качестве практических иллюстраций, в малой степени соответствуют изложенным теоретическим аспектам. Текст работы примерно наполовину представляет собой стандартные обороты и фразы из учебника/лекций. Обилие ошибок в стилистике, много стилистических штампов. Есть 3–5 орфографических ошибок. <u>Работа выполнена не очень аккуратно, встречаются помарки и исправления.</u>

0-55 баллов «неудовлетворительно»	Содержание ответа не соответствует теме задания или соответствует ему в очень малой степени. Продemonстрировано крайне слабое владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (неуместность употребления, неверные аббревиатуры, искаженное толкование и т.д.), присутствуют многочисленные ошибки в употреблении терминов. Продemonстрировано крайне низкое (отрывочное) знание фактического материала, много фактических ошибок – практически все факты (данные) либо искажены, либо неверны. Ответ представляет собой сплошной текст без структурирования, нарушена заданная логика. Части ответа не взаимосвязаны логически. Нарушена логическая структура проблемы (задания): постановка проблемы – аргументация – выводы. Объем ответа более чем в 2 раза меньше или превышает заданный. Показаны неверные ассоциативные взаимосвязи категорий и терминов дисциплины. Отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нет собственной позиции. Отсутствуют примеры из практики либо они неадекватны. Текст ответа представляет полную кальку текста учебника/лекций. Стилистические ошибки приводят к существенному искажению смысла. Большое число орфографических ошибок в тексте (более 10 на страницу). Работа выполнена неаккуратно, с обилием помарок и исправлений. В работе один абзац и больше позаимствован из какого-либо источника без ссылки на него.
-----------------------------------	--

Критерии оценивания контрольной работы участия обучающегося в активных формах обучения (доклады, выступления на семинарах, практических занятиях и пр.):	
Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Полное раскрытие вопроса; указание точных названий и определений; правильная формулировка понятий и категорий; самостоятельность ответа, умение вводить и использовать собственные классификации и квалификации, анализировать и делать собственные выводы по рассматриваемой теме; использование дополнительной литературы и иных материалов и др.
71-85 баллов «хорошо»	Недостаточно полное, по мнению преподавателя, раскрытие темы; несущественные ошибки в определении понятий, категорий и т.п., кардинально не меняющих суть изложения; использование устаревшей учебной литературы и других источников
56-70 баллов «удовлетворительно»	Отражение лишь общего направления изложения лекционного материала и материала современных учебников; наличие достаточного количества несущественных или одной - двух существенных ошибок в определении понятий и категорий и т. п.; использование устаревшей учебной литературы и других источников; неспособность осветить проблематику учебной дисциплины и др.
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Темы не раскрыты; большое количество существенных ошибок; отсутствие умений и навыков, обозначенных выше в качестве критериев выставления положительных оценок и др.

ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ			
Ведомость изменений			
№ п/п	Вид обновлений	Содержание изменений, вносимых в ОПОП	Обснование изменений
1			
2			
3			
4			
5			
6			