

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
Б1.В.02 МАРКЕТИНГ**

**Направление подготовки (специальность) 38.05.01 Экономическая безопасность**

**Профиль подготовки (специализация) Экономико-правовое обеспечение  
экономической безопасности**

**Квалификация выпускника экономист**

**1. Перечень компетенций и их формирование в процессе освоения образовательной программы.**

**Таблица 1 - Показатели и критерии оценивания компетенций**

| <b>Код и наименование компетенции</b>                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>                                                                                                                               | <b>Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Процедура оценивания</b>   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| ПК-2 Способен подготавливать исходные данные, анализировать внутреннюю и внешнюю среду, экономическую и хозяйственную деятельность хозяйствующих субъектов, выявлять и использовать взаимосвязь и взаимозависимость экономических и социальных явлений в профессиональной деятельности | ПК-2.1 знает способы сбора информации и методы ее анализа в профессиональной деятельности                                                                                                 | Знать:<br>методологию маркетинговых исследований<br>Уметь:<br>ориентироваться на рынке маркетинговой информации<br>Владеть:<br>исследования рынка                                                                                                                                                                                                 | устный опрос/<br>тестирование |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ПК-2.2 умеет на основе подготовленных данных анализировать внутреннюю и внешнюю среду, экономическую и хозяйственную деятельность хозяйствующих субъектов в профессиональной деятельности | Знать:<br>методы анализа маркетинговой среды предприятия, маркетинговые стратегии<br>Уметь:<br>разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы<br>Владеть:<br>методами определения оптимальных для успешной деятельности на рынке товарных характеристик, цен, условий дистрибьюции и продвижения | устный опрос/тестирование     |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| ПК-2 Способен подготавливать исходные данные, анализировать внутреннюю и внешнюю среду, экономическую и хозяйственную деятельность хозяйствующих субъектов, выявлять и использовать взаимосвязь и взаимозависимость экономических и социальных явлений в профессиональной деятельности | ПК-2.3 владеет навыками анализа внутренней и внешней среды, экономической и хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов, выявления и использования взаимосвязей и взаимозависимостей экономических и социальных явлений в профессиональной деятельности | Знать: способы продвижения товаров и другие инструменты воздействия на поведение потребителей<br>Уметь: применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования<br>Владеть: методами составления маркетинговых планов | устный опрос/тестирование |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|

## 2. Шкала оценивания.

Шкалы оценивания и система оценок представлены в локальном нормативном акте ВУЗа Положении «Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация» утвержденным решением Ученого совета университета 20 июля 2016г., протокол № 11

**3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, в процессе освоения образовательной программы.**

**Таблица 2.1 - ПК-2 Способен подготавливать исходные данные, анализировать внутреннюю и внешнюю среду, экономическую и хозяйственную деятельность хозяйствующих субъектов, выявлять и использовать взаимосвязь и взаимозависимость экономических и социальных явлений в профессиональной деятельности**

| Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) (индикатор достижения компетенции) | Формулировка контрольного задания (контрольные вопросы/тестовые задания), необходимого для оценки освоения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-2.1 знает способы сбора информации и методы ее анализа в профессиональной деятельности | 1. Маркетинговая среда фирмы включает<br>+элементы внутренней и факторы внешней среды<br>корпоративную культуру<br>управляемые и неуправляемые экономические механизмы<br>экономические и политические факторы<br>2. SWOT – анализ используют для<br>+анализа сильных, слабых сторон, возможностей и угроз<br>анализа внешней среды фирмы<br>анализа внутренней микросреды фирмы<br>анализа потенциала фирмы<br>3. Анализ 4 основных групп факторов внешней среды, оказывающих влияние на фирму<br>техника SWOT-анализа |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>+техника PEST-анализа</p> <p>анкетирование целевой аудитории</p> <p>маркетинг-микс</p> <p>4. Маркетинговая информация – это</p> <p>любая экономическая информация</p> <p>+информация необходимая для маркетинговых целей</p> <p>любая внутрифирменная информация</p> <p>статистические данные</p> <p>5. Какой из методов обследования потребителей предполагает сильное влияние интервьюера</p> <p>прямые почтовые опросы</p> <p>визит на дом</p> <p>опрос на месте покупки</p> <p>+личное интервью</p> <p>6. Охарактеризуйте понятие и состав маркетинговой среды предприятия:</p> <p>7. Что такое SWOT-анализ? С какой целью, как часто и кем он проводится:</p> <p>8. Что такое PEST-анализ? С какой целью, как часто и кем он проводится:</p> <p>9. Охарактеризуйте понятие «маркетинговое исследование». Какие могут быть цели таких исследований.</p> <p>10. Перечислите виды и особенности маркетинговых исследований</p> <p>11. Перечислите типы маркетинговой информации, которую используют в маркетинговых исследованиях</p> <p>12. Перечислите типы методов маркетинговых исследований по объекту исследования</p> <p>13. Сущность интервью в сборе маркетинговой информации:</p> <p>14. Сущность анкетирования в сборе маркетинговой информации</p> <p>15. Сущность наблюдения в сборе маркетинговой информации</p> <p>16. Что должен содержать отчет об организации маркетингового исследования и какого объема он должен быть</p> <p>17. Опишите этапы проведения маркетингового исследования</p> <p>18. Охарактеризуйте концепции маркетинга и их значение в выборе направления маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>19. Опишите составляющие концепции Маркетинг-микс или системы 5P (Product, Price, Place и Promotion, People)</p> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ПК-2.2 умеет на основе подготовленных данных анализировать внутреннюю и внешнюю среду, экономическую и хозяйственную деятельность хозяйствующих субъектов в профессиональной деятельности</p> | <p>20. Моделирование и практическое воспроизведение определенной ситуации<br/>наблюдение<br/>шпионаж<br/>+эксперимент<br/>опыт</p> <p>21. Дает опрашиваемому возможность сформулировать ответ своими словами<br/>косвенный вопрос<br/>+открытый вопрос<br/>прямой вопрос<br/>альтернативный вопрос</p> <p>22. Различные информационные методы воздействия на рынок – это<br/>+система маркетинговых коммуникаций<br/>система маркетинговых исследований<br/>система экономических законов<br/>система требования рынка</p> <p>23. Цели деятельности фирмы и цели маркетинга<br/>+полностью совпадают<br/>совершенно различны<br/>частично взаимосвязаны<br/>абсолютно противоположны</p> <p>24. Внешняя микросреда маркетинга включает силы и факторы<br/>полностью контролируемые компанией<br/>+регулируемые компанией<br/>государственной политики<br/>не влияющие на деятельность фирмы</p> <p>25. Что такое система ФОССТИС (формирование спроса и стимулирования сбыта). Кто и с какой целью её разрабатывает и применяет</p> <p>26. Дайте определение спроса; виды спроса и его взаимозависимость с предложением и ценой товара</p> <p>27. Понятие и виды рынков</p> <p>28. Что понимается под товаром. Классификации товаров</p> <p>29. Сущность и особенности услуги с точки зрения маркетинга</p> <p>30. Что подразумевается под маркетингом инноваций</p> <p>31. Как и с какой целью подразделяют потребителей по степени их восприимчивости к инновациям</p> <p>32. Охарактеризуйте понятие жизненного цикла товара с точки зрения маркетинга. Как будут различаться маркетинговые мероприятия в зависимости от этапа жизненного цикла</p> <p>33. Охарактеризуйте понятия – бренд, марка. Зачем они нужны и как способствуют продвижению товара</p> <p>34. Дайте определение Сегментирования рынка. Выбор целевых сегментов рынка.</p> <p>35. Дайте определение позиционирования.</p> <p>36. Перечислите принципы позиционирования</p> <p>37. Дайте определение канала товародвижения. На что влияет выбор канала товародвижения, и кто принимает</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                        |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | решение о каналах товародвижения<br>38. Охарактеризуйте понятие франчайзинга, механизм взаимодействия участников договора франчайзинга |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ПК-2.3 владеет навыками анализа внутренней и внешней среды, экономической и хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов, выявления и использования взаимосвязей и взаимозависимостей экономических и социальных явлений в профессиональной деятельности</p> | <p>39. Микросреда маркетинга обусловлена только деятельностью служб фирмы<br/>+состоянием контролируемых факторов и собственных служб<br/>состоянием макроэкономических факторов деятельностью высшего руководства фирмы и неконтролируемых факторов</p> <p>40. Макросреда маркетинга обусловлена<br/>+состоянием экономики, права, демографии, науки, культуры и т.д<br/>деятельностью поставщиков, посредников, клиентов и т.д.<br/>существующим законодательством<br/>деятельностью государственных органов управления</p> <p>41. Конкурентоспособность – это<br/>высокое качество продукта<br/>низкая цена продукта<br/>+способность продукта быть проданным среди аналогов<br/>оптимальное соотношение «цена-качество»</p> <p>42. Самый затратный, с точки зрения маркетинга, этап жизненного цикла товара<br/>+выведения товара на рынок<br/>роста<br/>зрелости<br/>упадка</p> <p>43. Конъюнктура рынка – это<br/>ёмкость рынка<br/>насыщенность рынка<br/>+ситуация на рынке, сложившаяся под воздействием комплекса факторов<br/>внутрифирменная ситуация</p> <p>44. Охарактеризуйте производственные факторы и методы ценообразования</p> <p>45. Охарактеризуйте спрос как фактор ценообразования</p> <p>46. Охарактеризуйте свойства товара как фактор ценообразования</p> <p>47. Государственный контроль как фактор уровня цен</p> <p>48. Опишите роль коммуникаций в системе маркетинга</p> <p>49. Охарактеризуйте упаковку как коммуникационное средство – информативная и увещательная роль упаковки</p> <p>50. Кейс: Одним из наиболее динамично развивающихся рынков России является рынок туристических услуг. Составной частью указанного рынка является постоянно расширяющийся сегмент агротуризма. Опишите данный вид туризма и сегмент с точки зрения маркетинга</p> <p>51. Кейс: Частный предприниматель купил двухэтажный магазин с обязательным условием сохранения профиля магазина. На первом этаже расположен продуктовый отдел: хлеб, мясо, рыба, вино, молоко, овощи, фрукты, кулинария. Второй этаж отдан под универмаг: ткани, парфюмерия, женская и мужская одежда, обувь, белье. Магазин находится в кризисе: низкий оборот капитала,</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>узкий ассортимент, неквалифицированный персонал. Что необходимо предпринять для выхода из кризиса?</p> <p>52. Кейс: Крупная компания планирует выпускать безалкогольные напитки. Какие факторы макросреды она должна учесть?</p> <p>53. Кейс: Вы, по всей видимости, хотя бы раз посещали рестораны фирмы «Русские блины», которая использует концепцию маркетинга. Наверное, вы обратили внимание, что каждый из таких ресторанов предлагает довольно ограниченный один и тот же торговый ассортимент. Чем обусловлен такой подход компании? Нет ли здесь определенных противоречий между ограниченностью предлагаемого ассортимента и необходимостью обеспечения более полного удовлетворения конкретных нужд и потребностей посетителей таких ресторанов?</p> <p>54. Кейс: На какой концепции маркетинга основана деятельность следующих фирм?</p> <p>55. Опишите сущность рекламы и её виды</p> <p>56. Опишите стимулирование сбыта как форму маркетинговых коммуникаций</p> <p>57. Опишите личные продажи как форму маркетинговых коммуникаций</p> <p>58. Опишите спонсорство как форму маркетинговых коммуникаций</p> <p>59. Опишите факторы, оказывающие влияние на принятие решения о покупке индивидуального потребителя</p> <p>60. Опишите 5 этапов принятия решения о покупке индивидуальным потребителем</p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания уровня достижения компетенций

Многообразие изучаемых тем, видов занятий, индивидуальных способностей студентов, обуславливает необходимость оценивания знаний, умений, навыков с помощью системы процедур, контрольных мероприятий, различных технологий и оценочных средств.

**Таблица 3 Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

| Виды занятий и контрольных мероприятий                                                  | Оцениваемые результаты обучения                                 | Описание процедуры оценивания                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекционное занятие (посещение лекций)                                                   | Знание теоретического материала по пройденным темам             | Проверка конспектов лекций, тестирование                                                                                                                                  |
| Выполнение практических (лабораторных) работ                                            | Основные умения и навыки, соответствующие теме работы           | Проверка отчета, устная (письменная) защита выполненной работы, тестирование                                                                                              |
| Самостоятельная работа (выполнение индивидуальных, дополнительных и творческих заданий) | Знания, умения и навыки, сформированные во время самоподготовки | Проверка полученных результатов, рефератов, контрольных работ, курсовых работ (проектов), индивидуальных домашних заданий, эссе, расчетно-графических работ, тестирование |
| Промежуточная аттестация                                                                | Знания, умения и навыки соответствующие изученной дисциплине    | Экзамен или зачет, с учетом результатов текущего контроля, в традиционной форме или компьютерное тестирование                                                             |

В процессе изучения дисциплины предусмотрены следующие формы контроля: текущий, промежуточный контроль, контроль самостоятельной работы студентов.

Текущий контроль успеваемости обучающихся осуществляется по всем видам контактной и самостоятельной работы, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем, ведущим аудиторские занятия.

Текущий контроль успеваемости может проводиться в следующих формах:

- устная (устный опрос, собеседование, публичная защита, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т.д.);
- письменная (письменный опрос, выполнение, расчетно-проектировочной и расчетно-графической работ и т.д.);
- тестовая (устное, письменное, компьютерное тестирование).

Результаты текущего контроля успеваемости фиксируются в журнале занятий с соблюдением требований по его ведению.

Устная форма позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. Проводятся преподавателем с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитана на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время промежуточной аттестации определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» по следующим критериям:

Оценка «5» (отлично) ставится, если:

- полно раскрыто содержание материала;
- материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;
- продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала;
- точно используется терминология;
- показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;
- продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;
- ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;
- продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;
- продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;
- допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию.

Оценка «4» (хорошо) ставится, если:

- вопросы излагаются систематизированно и последовательно;
- продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;
- продемонстрировано усвоение основной литературы.
- ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:

в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя.

Оценка «3» (удовлетворительно) ставится, если:

- неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;
- усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;
- имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;
- при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;
- продемонстрировано усвоение основной литературы

Оценка «2» (неудовлетворительно) ставится, если:

- не раскрыто основное содержание учебного материала;
- обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;
- допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.
- не сформированы компетенции, умения и навыки.

Письменная форма приучает к точности, лаконичности, связности изложения мысли. Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе. Письменные работы могут включать: диктанты, контрольные работы, эссе, рефераты, курсовые работы, отчеты по практикам, отчеты по научно-исследовательской работе студентов.

Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме, разделу или всей дисциплины. Контрольная работа – письменное задание, выполняемое в течение заданного времени (в условиях аудиторной работы – от 30 минут до 2 часов, от одного дня до нескольких недель в случае внеаудиторного задания). Как правило, контрольная работа предполагает наличие определенных ответов и решение задач.

Критерии оценки выполнения контрольной работы:

- ☐ соответствие предполагаемым ответам;
- ☐ правильное использование алгоритма выполнения действий (методики, технологии и т.д.);
- ☐ логика рассуждений;
- ☐ неординарность подхода к решению;
- правильность оформления работы.

Расчетно-графическая работа - средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю.

Критерии оценки:

- ☐ понимание методики и умение ее правильно применить;
- ☐ качество оформления (аккуратность, логичность, для чертежно-графических работ соответствие требованиям единой системы конструкторской документации);
- ☐ достаточность пояснений.

Курсовой проект/работа является важным средством обучения и оценивания образовательных результатов. Выполнение курсового проекта/работы требует не только знаний, но и многих умений, являющихся компонентами как профессиональных, так и общекультурных компетенций (самоорганизации, умений работать с информацией (в том числе, когнитивных умений анализировать, обобщать, синтезировать новую информацию), работать сообща, оценивать, рефлексировать).

Критерии оценки содержания и результатов курсовой работы могут различаться в зависимости от ее характера:

–реферативно-теоретические работы – на основе сравнительного анализа изученной литературы рассматриваются теоретические аспекты по теме, история вопроса, уровень разработанности проблемы в теории и практике, анализ подходов к решению проблемы с позиции различных теорий и т.д.;

–практические работы – кроме обоснований решения проблемы в теоретической части необходимо привести данные, иллюстрацию практической реализации теоретических положений на практике (проектные, методические, дидактические и иные разработки);

–опытно-экспериментальные работы – предполагается проведение эксперимента и обязательный анализ результатов, их интерпретации, рекомендации по практическому применению.

Примерные критерии оценивания курсовых работ/проектов складываются из трех составных частей:

1) оценка процесса выполнения проекта, осуществляемая по контрольным точкам, распределенным по времени выполнения проекта (четыре контрольные точки или еженедельно), проводится по критериям:

- ☐ умение самоорганизации, в том числе, систематичность работы в соответствии с планом,
- ☐ самостоятельность,
- ☐ активность интеллектуальной деятельности,
- ☐ творческий подход к выполнению поставленных задач,
- ☐ умение работать с информацией,
- ☐ умение работать в команде (в групповых проектах);

2) оценка полученного результата (представленного в пояснительной записке):

- ☐ конкретность и ясность формулировки цели и задач проекта, их соответствие

теме;

☐ обоснованность выбора источников (полнота для раскрытия темы, наличие новейших работ

–журнальных публикаций, материалов сборников научных трудов и т.п.);

☐ глубина/полнота/обоснованность раскрытия проблемы и ее решений;

☐ соответствие содержания выводов заявленным в проекте целям и задачам;

☐ наличие элементов новизны теоретического или практического характера;

☐ практическая значимость; оформление работы (стиль изложения, логичность, грамотность, наглядность представления информации

–графики, диаграммы, схемы, рисунки, соответствие стандартам по оформлению текстовых и графических документов);

3) оценки выступления на защите проекта, процедура которой имитирует процесс профессиональной экспертизы:

☐ соответствие выступления заявленной теме, структурированность, логичность, доступность, минимальная достаточность;

☐ уровень владения исследуемой темой (владение терминологией, ориентация в материале, понимание закономерностей, взаимосвязей и т.д.);

☐ аргументированность, четкость, полнота ответов на вопросы;

☐ культура выступления (свободное выступление, чтение с листа, стиль подачи материала и т.д.).

Тестовая форма - позволяет охватить большое количество критериев оценки и допускает компьютерную обработку данных. Как правило, предлагаемые тесты оценки компетенций делятся на психологические, квалификационные (в учебном процессе эту роль частично выполняет педагогический тест) и физиологические.

Современный тест, разработанный в соответствии со всеми требованиями, может включать задания различных типов а также задания, оценивающие различные виды деятельности учащихся (например, коммуникативные умения, практические умения).

В обычной практике применения тестов для упрощения процедуры оценивания как правило используется простая схема:

– отметка «3», если правильно выполнено 50 –70% тестовых заданий;

–«4», если правильно выполнено 70 –85 % тестовых заданий;

–«5», если правильно выполнено 85 –100 % тестовых заданий

#### Шкала оценивания

|                                                                       |                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Предел длительности контроля                                          | 45 мин.                                            |
| Предлагаемое количество заданий из одного контролируемого подэлемента | 30, согласно плана                                 |
| Последовательность выборки вопросов из каждого раздела                | Определенная по разделам, случайная внутри раздела |
| Критерии оценки:                                                      | Выполнено верно заданий                            |
| «5», если                                                             | (85-100)% правильных ответов                       |
| «4», если                                                             | (70-85)% правильных ответов                        |
| «3», если                                                             | (50-70)% правильных ответов                        |

Промежуточная аттестация – это элемент образовательного процесса, призванный определить соответствие уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся, установленным требованиям согласно рабочей программе дисциплины. Промежуточная аттестация осуществляется по результатам текущего контроля.

Конкретный вид промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом и рабочей программой дисциплины.

Зачет, как правило, предполагает проверку усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, выполнения лабораторных, расчетно-проектировочных и расчетно-графических работ, курсовых проектов (работ), а также проверку результатов учебной, производственной или преддипломной практик. Зачет, как правило, выставляется без опроса студентов по результатам контрольных работ, других работ выполненных студентами в течение семестра, а также по результатам текущей успеваемости на семинарских занятиях, при условии, что итоговая оценка студента за работу в течение семестра (по результатам контроля знаний) больше или равна 60%. Оценка, выставляемая за зачет, может быть как качественной типа (по шкале наименований «зачтено»/ «не зачтено»), так и количественной (т.е. дифференцированный зачет с выставлением отметки по шкале порядка - «отлично, «хорошо» и т.д.).

Экзамен, как правило, предполагает проверку учебных достижений обучаемых по всей программе дисциплины и преследует цель оценить полученные теоретические знания, навыки самостоятельной работы, развитие творческого мышления, умения синтезировать полученные знания и их практического применения.

Экзамен в устной форме предполагает выдачу списка вопросов, выносимых на экзамен, заранее (в самом начале обучения или в конце обучения перед сессией). Экзамен включает, как правило, две части: теоретическую (вопросы) и практическую (задачи, практические задания, кейсы и т.д.). Для подготовки к ответу на вопросы и задания билета, который студент вытаскивает случайным образом, отводится время в пределах 30 минут. После ответа на теоретические вопросы билета, как правило, ему преподаватель задает дополнительные вопросы. Компетентностный подход ориентирует на то, чтобы экзамен обязательно включал деятельностный компонент в виде задачи/ситуации/кейса для решения.

В традиционной системе оценивания именно экзамен является наиболее значимым оценочным средством и решающим в итоговой отметке учебных достижений студента. В условиях балльно-рейтинговой системы балльный вес экзамена составляет 25 баллов.

Оценочные материалы разработаны в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.05.01 Экономическая безопасность

Разработал(и):

Доцент, к.э.н.



Тутаева Л.А.

Оценочные материалы рассмотрены и одобрены на заседании кафедры Экономики АПК и экономической безопасности, протокол № 5 от 03.12.2021г.

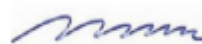
Зав. кафедрой



Добродомова Л.А.

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании учебно-методической комиссии Экономики и права, протокол № 6 от 20.01.2022г.

Декан факультета Экономики и права



Цибарт Е.Э.