МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «СамГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе
_____ / О.В. Юсупова
"_____" _____ 20___ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.03.10 «Менеджмент и маркетинг»

Код и направление подготовки (специальность)	15.03.05 Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств
Направленность (профиль)	Цифровое машиностроительное производство
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Год начала подготовки	2022
Институт / факультет	Факультет машиностроения, металлургии и транспорта
Выпускающая кафедра	кафедра "Технология машиностроения, станки и инструменты"
Кафедра-разработчик	кафедра "Экономика промышленности и производственный менеджмент"
Объем дисциплины, ч. / з.е.	108 / 3
Форма контроля (промежуточная аттестация)	Зачет

Самара 2022

Б1.О.03.10 «Менеджмент и маркетинг»

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) **15.03.05 Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств**, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от № 1044 от 17.08.2020 и соответствующего учебного плана.

Разработчик РПД:

Доцент, кандидат экономических наук, доцент (должность, степень, ученое звание)	М.А Бражников (ФИО)
Заведующий кафедрой	О.С. Чечина, доктор экономических наук, доцент (ФИО, степень, ученое звание)

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методического совета факультета / института (или учебно-методической комиссии)	В.А Папшев, кандидат биологических наук, доцент (ФИО, степень, ученое звание)
Руководитель образовательной программы	А.Ф. Денисенко, доктор технических наук, профессор (ФИО, степень, ученое звание)
Заведующий выпускающей кафедрой	Р.Г. Гришин, кандидат технических наук, доцент (ФИО, степень, ученое звание)

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы 5
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся 5
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий 6
4.1 Содержание лекционных занятий 6
4.2 Содержание лабораторных занятий 8
4.3 Содержание практических занятий 8
4.4. Содержание самостоятельной работы 9
5. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю) 9
6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения 10
7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем 10
8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) 11
9. Методические материалы 11
10. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) 13

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (знать, уметь, владеть, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции)
Общепрофессиональные компетенции			
	ОПК-2 Способен проводить анализ затрат на обеспечение деятельности производственных подразделений	ОПК-2.1 Анализирует экономические затраты на обеспечение деятельности производственных подразделений	Знать состав и классификацию затрат на производство
		ОПК-2.2 Учитывает энергетические, материальные и трудовые затраты при обеспечении деятельности производственных подразделений	Владеть навыками учета затрат при обеспечении деятельности производственных подразделений
Универсальные компетенции			
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение	
		УК-2.2 Выбирает наиболее эффективный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	
Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	Уметь вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке
		УК-4.2 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке	Уметь вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке

		УК-4.3 Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации	Уметь использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы: **вариативная часть**

Код компетенции	Предшествующие дисциплины	Параллельно осваиваемые дисциплины	Последующие дисциплины
ОПК-2			Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-2	Защита интеллектуальной собственности; Правоведение; Практико-ориентированный проект; Процессы формообразования; Учебная практика: ознакомительная; Учебная практика: проектная практика; Экономика	Практико-ориентированный проект	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-4	Иностранный язык; Психология делового общения; Психология социальных коммуникаций; Русский язык и культура коммуникаций		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Всего часов / часов в электронной форме	7 семестр часов / часов в электронной форме
Аудиторная контактная работа (всего), в том числе:	48	48
Лекции	32	32
Практические занятия	16	16
Внеаудиторная контактная работа, КСР	3	3
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	57	57
выполнение задач, заданий, упражнений (в том числе разноуровневых)	16	16
подготовка к зачету	9	9
подготовка к практическим занятиям	32	32
Итого: час	108	108

Итого: з.е.	3	3

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
		ЛЗ	ЛР	ПЗ	СРС	Всего часов
1	Основы управления	16	0	8	28	52
2	Система маркетинга	16	0	8	29	53
	КСР	0	0	0	0	3
	Итого	32	0	16	57	108

4.1 Содержание лекционных занятий

№ занятия	Наименование раздела	Тема лекции	Содержание лекции (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Количество часов / часов в электронной форме
7 семестр				
1	Основы управления	Цели и задачи курса	Цели и задачи дисциплины «Менеджмент и маркетинг». Место дисциплины в системе профессиональной подготовки. Обзор учебной литературы и периодических изданий	2
2	Основы управления	Процесс принятия решений	Решение как выбор альтернатив. Условия выбора решений. Моделирование принятия решений. Административная и классическая модель. Этапы процесса принятия решений	2
3	Основы управления	Основные функции менеджмента	Определение менеджмента. Основные функции. Планирование. Организация. Руководство. Контроль. Процесс принятия управленческих решений. Место маркетинга в управлении	2
4	Основы управления	Типы менеджмента	Характеристика менеджера: концептуальные, человеческие и технические навыки. Выделение сфер управленческой деятельности. Современные концепции в управлении	2
5	Основы управления	Основы маркетинга	Содержание маркетинга. Основные категории маркетинга в рамках функционирования рынка. Аспекты маркетинга. Концепция спроса. Основные характеристики спроса	2

6	Основы управления	Управление маркетингом	Развитие основных концепций управления маркетингом. Этапы процесса управления маркетингом. Понятие целевого маркетинга. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение	2
7	Основы управления	Процесс планирования	Общая схема планирования в организации. Процесс планирования. Критерии эффективности целей. Классификация целей. Основные уровни планирования. Общие модели планирования	2
8	Основы управления	Технологии принятия решений	Метод сравнительных оценок: векторная оптимизация. Принятие решений в условиях неопределенности: платежная матрица. Учет риска в принятии решений.	2
9	Система маркетинга	Разведка рынка	Факторы внутренней среды. Среда задач. Факторы макросреды предприятия. Анализ конкурентных сил. Конкурентная позиция и стратегия предприятия. Анализ рыночной доли	2
10	Система маркетинга	Информационная стратегия	Управление информацией. Информационные потоки. Концепция системы маркетинговой информации. Принципиальная схема исследования. Представление результатов исследования	2
11	Система маркетинга	Стратегический менеджмент	Стратегическое видение. Основные элементы разработки стратегии. Объект планирования. Уровни разработки стратегии. Формулировка стратегии. Внедрение стратегии	2
12	Система маркетинга	Планирование маркетинга	Методы матричного анализа. Сетка развития «товар – рынок». Матрица «рост рынка – доля рынка». Матрица жизненного цикла. Основные стратегии	2
13	Система маркетинга	Сегментирование рынка	Сегментирование рынка. Факторы сегментирования рынка. Профиль сегмента. Привлекательность сегмента. Стратегии охвата рынка. Позиционирование продукции	2
14	Система маркетинга	Факторы покупательского поведения	Характеристика покупательского поведения: группировка факторов. Характеристика факторов. Особенности покупательского поведения в корпоративной среде	2
15	Система маркетинга	Комплекс маркетинга	Элементы комплекса маркетинга. Управление производственным портфелем. Стратегия и механизм ценообразования. Система распределения продукции. Стратегия продвижения продукции	2

16	Система маркетинга	Основы конкурентного преимущества	Этапы анализа конкурентной ситуации. Экономические показатели развития отрасли. Стратегическая модель конкурентного преимущества. Цепочка ценности	2
			Итого за семестр:	**32**
			Итого:	**32**

4.2 Содержание лабораторных занятий

Учебные занятия не реализуются.

4.3 Содержание практических занятий

№ занятия	**Наименование раздела**	**Тема практического занятия**	**Содержание практического занятия** (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	**Количество часов / часов в электронной форме**
7 семестр				
1	Основы управления	Оценка решений в условиях уверенности	Система целей. Метод ранжирования. Методы сравнительных оценок. Принципы оптимальности. Интегральная оценка альтернатив	2
2	Основы управления	Методы группировки	Техника нормализации оценок. Нормализация осреднения. Нормализация сравнения. Естественная нормализация	2
3	Основы управления	Оценка решений в условиях неопределенности	Матрица оценок. Принципы оптимальности. Целевые установки. Система комбинированных оценок	2
4	Основы управления	Матрица решений	Вывод товара на рынок. Разработка платежной матрицы. Формирование альтернатив. Оптимизация решения	2
5	Система маркетинга	Прогнозирование сбыта	Метод наименьших квадратов. Ассоциативный прогноз. Динамика сбыта. Оценка временного ряда. Модель регрессии	2
6	Система маркетинга	Анализ безубыточности	Классификация издержек. Постоянные и переменные затраты. Предельный доход. Оценка продукции	2
7	Система маркетинга	Анализ чувствительности	Постановка задачи. Анализ чувствительности. Графическое решение задачи. Алгебраическое решение. Подготовка отчета	2
8	Система маркетинга	Зачетное занятие	Подведение итого курса. Ситуационный анализ «Семейный бизнес». Приоритеты развития компании. Оценка ситуации	2
			Итого за семестр:	**16**
			Итого:	**16**

4.4. Содержание самостоятельной работы

Наименование раздела	Вид самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Количество часов
7 семестр			
Основы управления	Подготовка к практическим занятиям	Формирование целей. Методы сравнительной оценки. Принятие решений в условиях неопределенности	16
Основы управления	Практическое задание	Оценка альтернативных решений в условиях полной определенности результата. Методы сравнительной оценки. Оценка альтернативных решений в условиях неопределенности результата. Матрица решений	8
Основы управления	Подготовка к зачету	Методы принятия решений. Сегментирование рынка. Анализ безубыточности. Система целей	4
Система маркетинга	Подготовка к практическим занятиям	Сегментирование рынка. Методы прогнозирования. Анализ безубыточности. Анализ чувствительности	16
Система маркетинга	Практическое задание	Разработка сетки сегментации рынка. Оценка факторов сегментации. Анализ рыночных сегментов. Решение задач. Выбор варианта технологического процесса на основе анализа безубыточности производства	8
Система маркетинга	Подготовка к зачету	Методы принятия решений. Сегментирование рынка. Анализ безубыточности. Система целей	5
		Итого за семестр:	**57**
		Итого:	**57**

5. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю)

№ п/п	Библиографическое описание	Ресурс НТБ СамГТУ (ЭБС СамГТУ, IPRbooks и т.д.)
Основная литература		
1	Бражников, М.А. Менеджмент и маркетинг : учеб.пособие / М. А. Бражников, Е. Г. Сафронов; Самар.гос.техн.ун-т, Производственный менеджмент.- Самара, 2013.- 307.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||2089	Электронный ресурс
Дополнительная литература		

2	Бражников, М.А. Методы принятия управленческих решений и моделирование промышленного производства : учеб. пособие / М. А. Бражников, И. В. Хорина , Р. А. Селиванова; Самар.гос.техн.ун-т, Национальная и мировая экономика.- Самара, 2012.- 100 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||1189	Электронный ресурс
3	Бражников, М.А. Сервисология : учеб.пособие / М. А. Бражников; Самар.гос.техн.ун-т, Производственный менеджмент.- Самара, 2014.- 213 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||2090	Электронный ресурс
4	Бражников, М.А. Управление изменениями: базовый курс : учеб. пособие / М. А. Бражников, И. В. Хорина; Самар.гос.техн.ун-т, Производственный менеджмент.- Самара, 2015.- 238 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||2386	Электронный ресурс
Учебно-методическое обеспечение		
5	Бражников, М.А. Теория менеджмента : лаборатор. практикум / М. А. Бражников; Самар.гос.техн.ун-т, Производственный менеджмент.- Самара, 2016.- 76 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||2324	Электронный ресурс
6	Бражников, М.А. Технология принятия управленческих решений : метод. указания к выполнению контрольной работы / М. А. Бражников; Самар.гос.техн.ун-т, Экономика промышленности и производственный менеджмент.- Самара, 2018.- 53 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||3415	Электронный ресурс

Доступ обучающихся к ЭР НТБ СамГТУ (elib.samgtu.ru) осуществляется посредством электронной информационной образовательной среды университета и сайта НТБ СамГТУ по логину и паролю.

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

При проведении лекционных занятий используется мультимедийное оборудование.

Организовано взаимодействие обучающегося и преподавателя с использованием электронной ин-формационной образовательной среды университета.

№ п/п	Наименование	Производитель	Способ распространения
1	Microsoft Windows 7 Professional операционная система	Microsoft (Зарубежный)	Лицензионное
2	Microsoft Office 2010 Open License Academic	Microsoft (Зарубежный)	

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование	Краткое описание	Режим доступа
1	AUP.Ru - Электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга	http://www.aup.ru/	Ресурсы открытого доступа

2	Корпоративный менеджмент	http://www.cfin.ru	Ресурсы открытого доступа
3	eLIBRARY.ru	http://www.eLIBRARY.ru/	Российские базы данных ограниченного доступа
4	Электронная библиотека изданий СамГТУ	http://irbis.samgtu.local/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe	Российские базы данных ограниченного доступа
5	Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/	Российские базы данных ограниченного доступа

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия

– аудитория,оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук),программное обеспечение: MS Excel, MS Word

– аудитория,оснащенная учебной мебелью: столы, стулья для обучающихся; стол, стул дляпреподавателя

Практические занятия

– аудитория,оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук),программное обеспечение: MS Excel, MS Word

– аудитория,оснащенная учебной мебелью: столы, стулья для обучающихся; стол, стул дляпреподавателя

Лабораторные занятия null

Самостоятельная работа

– компьютерныйкласс, оснащенный компьютерами с доступом и Интернет и обеспечивающие доступ вэлектронно-информационную образовательную среду СамГТУ

– презентационнаятехника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия(презентационные материалы)

– пакеты ПООбщего назначения (MS Excel, MS Word)

– материально-техническоеобеспечение НТБ СамГТУ

– ресурсыИВЦ СамГТУ

9. Методические материалы

Методические рекомендации при работе на лекции

До лекции студент должен просмотреть учебно-методическую и научную литературу по теме лекции с тем, чтобы иметь представление о проблемах, которые будут разбираться в лекции.

Перед началом лекции обучающимся сообщается тема лекции, план, вопросы, подлежащие рассмотрению, доводятся основные литературные источники. Весь учебный материал, сообщаемый преподавателем, должен не просто прослушиваться. Он должен быть активно воспринят, т.е. услышан, осмыслен, понят, зафиксирован на бумаге и закреплен в памяти. Приступая к слушанию нового учебного материала, полезно мысленно установить его связь с ранее изученным. Следя за техникой чтения лекции (акцент на существенном, повышение тона, изменение ритма, пауза и т.п.), необходимо вслед за преподавателем уметь выделять основные категории, законы и определять их содержание, проблемы, предполагать их возможные решения, доказательства и выводы. Осуществляя такую работу, можно значительно облегчить себе понимание учебного материала, его конспектирование и дальнейшее изучение.

Конспектирование лекции позволяет обработать, систематизировать и лучше сохранить полученную информацию с тем, чтобы в будущем можно было восстановить в памяти основные, содержательные моменты. Типичная ошибка, совершаемая обучающимся, дословное конспектирование речи преподавателя. Как правило, при записи «слово в слово» не остается времени на обдумывание, анализ и синтез информации. Отбирая нужную информацию, главные мысли, проблемы, решения и выводы, необходимо сокращать текст, строить его таким образом, чтобы потом можно было легко в нем разобраться. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых можно будет делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. С окончанием лекции работа над конспектом не может считаться завершенной. Нужно еще восстановить отдельные места, проверить, все ли понятно, уточнить что-то на консультации и т.п. с тем, чтобы конспект мог быть использован в процессе подготовки к практическим занятиям, зачету, экзамену. Конспект лекции – незаменимый учебный документ, необходимый для самостоятельной работы.

Методические рекомендации при подготовке и работе на практическом занятии

Практические занятия по дисциплине проводятся в целях выработки практических умений и приобретения навыков в решении профессиональных задач.

Рекомендуется следующая схема подготовки к практическому занятию:

1. ознакомление с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы;
2. проработка конспекта лекции;
3. чтение рекомендованной литературы;
4. подготовка ответов на вопросы плана практического занятия;
5. выполнение тестовых заданий, задач и др.

Подготовка обучающегося к практическому занятию производится по вопросам, разработанным для каждой темы практических занятий и (или) лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы.

Работа студентов во время практического занятия осуществляется на основе заданий, которые выдаются обучающимся в начале или во время занятия. На практических занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике занятий. Обучающимся необходимо обращать внимание на основные понятия, алгоритмы, определять практическую значимость рассматриваемых вопросов. На практических занятиях обучающиеся должны уметь выполнить расчет по заданным параметрам или выработать определенные решения по обозначенной проблеме. Задания могут быть групповые и индивидуальные. В зависимости от сложности предлагаемых заданий, целей занятия, общей подготовки обучающихся преподаватель может подсказать обучающимся алгоритм решения или первое действие, или указать общее направление рассуждений. Полученные результаты обсуждаются с позиций их адекватности или эффективности в рассмотренной ситуации.

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей обучающегося.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий;

- на лекциях, практических занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания;
- на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.;
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

10. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств представлен в приложении № 1.

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины
Б1.О.03.10 «Менеджмент и маркетинг»

Фонд оценочных средств
по дисциплине
Б1.О.03.10 «Менеджмент и маркетинг»

Код и направление подготовки (специальность)	15.03.05 Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств
Направленность (профиль)	Цифровое машиностроительное производство
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Год начала подготовки	2022
Институт / факультет	Факультет машиностроения, металлургии и транспорта
Выпускающая кафедра	кафедра "Технология машиностроения, станки и инструменты"
Кафедра-разработчик	кафедра "Экономика промышленности и производственный менеджмент"
Объем дисциплины, ч. / з.е.	108 / 3
Форма контроля (промежуточная аттестация)	Зачет

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (знать, уметь, владеть, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции)
Общепрофессиональные компетенции			
	ОПК-2 Способен проводить анализ затрат на обеспечение деятельности производственных подразделений	ОПК-2.1 Анализирует экономические затраты на обеспечение деятельности производственных подразделений	Знать состав и классификацию затрат на производство
		ОПК-2.2 Учитывает энергетические, материальные и трудовые затраты при обеспечении деятельности производственных подразделений	Владеть навыками учета затрат при обеспечении деятельности производственных подразделений
Универсальные компетенции			
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение	
		УК-2.2 Выбирает наиболее эффективный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	
Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	Уметь вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке
		УК-4.2 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке	Уметь вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке

		УК-4.3 Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации	Уметь использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации

Матрица соответствия оценочных средств запланированным результатам обучения

Код и индикатор достижения компетенции	Оценочные средства		
	Текущий контроль успеваемости		Промежуточная аттестация
	Практические задания	Тестовые задания	Вопросы к зачету
Знать: состав и классификацию затрат на производство		+	+
Владеть: навыками учета затрат при обеспечении деятельности производственных подразделений	+		
Уметь: формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение	+		+
Уметь: выбирать наиболее эффективный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения		+	
Уметь: вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	+		+
Уметь: вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке		+	
Уметь: использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации		+	

2. Типовые контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

2.1. Формы текущего контроля успеваемости

Практические задания

Практическое задание 1. Оценка вариантов вывода товара на рынок

Промышленная компания оценивает результаты предпринимательской программы вывода продукции на альтернативные рынки.

Планы выхода на рынок характеризуются различной степенью достижения предпринимательских целей в установленных границах (интервалах):

– объем выпуска – в пределах 140–180 тыс. единиц;

– затраты на рекламу – от 10 до 20 млн. руб.;

– рыночная доля – от 35 до 50%;

– рентабельность инвестиций – от 12 до 28%.

Оцениваемые результаты деятельности

Цели (показатели)	Значимость	Альтернативы (рынки)			
		«A»	«B»	«C»	«D»
Объем производства, тыс. ед.	***	165	175	156	152
Затраты на 4P, млн. руб.	****	14	16	18	15
Доля рынка, %	***	42	38	44	46
ROI, %	**	18	20	22	16

Основные результаты выполненной работы должны быть представлены в виде отчета, который должен содержать следующее:

1. Формализовать исходные данные в виде таблицы.

2. Установить лучшую альтернативу на основе метода ранжирования. Зафиксировать значение оценки.

3. В целях приведения системы показателей к безразмерным величинам использовать метод естественной нормализации.

Оценить альтернативы на основе различных принципов:

– метод равномерной оптимальности;

– метод справедливого компромисса;

– метод свертывания критериев;

– метод идеальной точки или равномерного сжатия.

4. В целях приведения системы показателей к безразмерным величинам использовать метод нормализации осреднения.

Оценить альтернативы на основе различных принципов.

5. В целях приведения системы показателей к безразмерным величинам использовать метод нормализации сравнения.

Оценить альтернативы на основе различных принципов.

6. Сравнить полученные решения в задаче по всем четырем методам группировки:

– метод ранжирования;

– метод естественной нормализации;

– метод нормализации осреднения;

– метод нормализации сравнения.

7. Предложить модель сравнения полученных результатов.

8. В каком случае (использование каких методов оптимальности) проявляется проблема подмены целевых установок предприятия?

9. В какой ситуации необходимо использовать принцип равномерного сжатия (оценки потерь)?

Рекомендуемые источники:

Бражников, М.А. Методы принятия управленческих решений и моделирование промышленного производства: учебное пособие / М.А. Бражников, И.В. Хорина, Р.А. Селиванова. – Самара: СамГТУ, 2012. – 100 с. – Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||1189

Бражников, М.А. Теория менеджмента: лабораторный практикум / М.А. Бражников. – Самара: СамГТУ, 2016. - 76 с. - Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||2324

Практическое задание 2. Проектирование производственных мощностей

Вариант задания выбирается в соответствии с последним номером зачетной книжки.

В отдельных случаях вариант задания может выдать преподаватель, ведущий практические занятия по изучаемой дисциплине.

Предприятие решает вопрос о подготовке новых производственных мощностей – необходимо выбрать, сколько производственных линий следует переоборудовать с целью расширения производства одного из видов продукции.

Постоянные затраты на перепрофилирование производственной линии, проведение монтажных работ и обучение персонала – 80 млн. рублей. Переменные издержки на производство одного изделия – 1000 рублей.

Цена на изделие не зависит ни от объема производства, ни от уровня рыночного спроса.

Прогноз относительно тенденции развития рынка представлен экспертами в виде четырех альтернатив (вероятность не определена).

Исходная информация по вариантам задания

Номер варианта	Уровень рыночного спроса, тыс. единиц				Производительность линии, тыс. шт.	Цена изделия, руб.
	низкий	ниже среднего	выше среднего	высокий		
1	202	246	348	442	62	3200
2	200	248	340	420	58	3200
3	180	252	360	450	64	3200
4	170	220	380	440	61	3200
5	168	220	360	400	59	3200
6	172	222	370	416	63	3200
7	220	260	380	422	63	3100
8	218	258	388	462	65	3100
9	188	240	374	412	62	3100
0	174	230	378	412	58	3100

Основные результаты выполненного задания следует представить в виде отчета в соответствии со следующей структурой:

1. Определить условия принятия решений.
2. Установить методы решения.
3. Сформировать и обосновать состав альтернатив (обеспечить соответствие уровню рыночного спроса).
4. Представить систему оценочных показателей решения.
5. Обосновать выбор принципов оптимальности в решении задачи, если задача предприятия:

– выжить на рынке;

– захватить лидерство.

6. Обосновать выбор лучшего варианта решения с позиции оптимизации результата. Определить, сколько единиц производственных линий следует установить с точки зрения достижения целевых установок.
7. Построить график изменения анализируемого показателя в зависимости от коэффициента риска.
8. Сформулировать выводы, как изменяется выбор решения.

9. Сопоставить результаты анализа с выводами, полученными в матрице решений.

Рекомендуемые источники:

Бражников, М.А. Методы принятия управленческих решений и моделирование промышленного производства: учебное пособие / М.А. Бражников, И.В. Хорина, Р.А. Селиванова. – Самара: СамГТУ, 2012. – 100 с. – Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||1189

Бражников, М.А. Теория менеджмента: лабораторный практикум / М.А. Бражников. – Самара: СамГТУ, 2016. - 76 с. - Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||2324

Практическое задание 3. Сегментирование рынка

1. Создать фирму, которая займется производством продукции и оказанием сервисных услуг – в соответствии с профилем подготовки.

Выбрать вид предпринимательства (направление деятельности). Географическая привязка – Самара и Самарская область.

Придумать название фирмы, логотип и другую атрибутику. Объяснить, почему именно такое название.

2. Дать краткую характеристику рынку – состав потребителей, которые будут заинтересованы в предлагаемой продукции и услугах; какие потребности будут удовлетворены; кто является основными конкурентами; оценить масштаб рынка, возможность получения дохода и т.д.

3. Определить состав предлагаемых рынку видов продукции и сопровождающих их услуг.

Представить их краткую характеристику: описание товара или услуги, цена, методы продвижения, организация торгового пространства.

4. Обосновать выбор факторов сегментации рынка и установить границы (значения) используемых переменных (на основе анализа текущей статистической информации).

5. Разработать альтернативные варианты модели сегментации рынка на основе сетки сегментации.

Выбрать наиболее эффективную модель.

6. Разработать профиль полученных сегментов.

Составление профиля – выявление наиболее характерных черт полученных сегментов, их описание. Профиль сегмента может быть описан с помощью дополнительных факторов, не вошедших в основную сетку сегментации, и (или) по различным параметрам предлагаемой продукции (на основе показателей качества). На основе составленного профиля производят анализ сходства и различий полученных сегментов.

Подготовить статистическую информацию, которая расширяет характеристики полученных сегментов.

7. Выполнить оценку степени привлекательности сегментов на основе разработанной модели сегментации рынка.

Обосновать стратегические приоритеты в охвате рынка (массовый, концентрированный или дифференцированный маркетинг) на основе оценки факторов, обуславливающих выбор стратегии. Представить стратегию охвата рынка с помощью необходимых элементов комплекса маркетинга.

8. Выполнить процесс позиционирования товара в соответствии с избранной стратегией охвата рынка. Выбрать стратегию позиционирования товара. Сформулировать основные черты выбранной стратегии.

Позиционирование товара на основе выделения потребительских свойств – есть не что иное, как начальный этап разработки тактического плана маркетинга в разрезе отдельных элементов 4Р.

9. Подготовить презентацию компании на рынке, используя «подручные средства».

Рекомендуемые источники:

Бражников, М.А. Менеджмент и маркетинг: учебное пособие / М.А. Бражников, Е.Г. Сафронов. – Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2013. – 307 с. – Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||2089

Практическое задание 4. Анализ безубыточности

Вариант задания выбирается в соответствии с последним номером зачетной книжки.

В отдельных случаях вариант задания может выдать преподаватель, ведущий практические занятия по изучаемой дисциплине.

Промышленному предприятию необходимо решить вопрос проектирования мощности, соответствующей условиям рыночного спроса. Состав альтернатив сводится к трем вариантам, закупить один, два или три станка.

Постоянные затраты, связанные с приобретением оборудования, его транспортировкой и установкой, а также последующим обучением персонала, представлены по каждой альтернативе следующим образом:

– приобретение одного станка – 1020000 рублей;

– закупка двух станков – 1500000 рублей;

– установка трех станков – 1740000 рублей.

Переменные затраты (материалы, заработная плата и накладные расходы) на единицу продукции – 100 рублей. Установленная рыночная цена одного изделия – 400 рублей на единицу товара.

Исходная информация по вариантам задания

Номер варианта	Оценка уровня вероятного интервала рыночного спроса, единиц	Производительность единицы оборудования, единиц
0	5200–6400	4700
1	4200–6000	4200
2	4000–6000	4000
3	5200–6200	4800
4	5000–6800	5200
5	4600–6000	3800
6	3000–5000	3000
7	4800–5200	3800
8	4600–6600	4400
9	5800–7600	3400

Представить графическое и алгебраическое решение.

Основные результаты выполненного задания следует представить в виде отчета в соответствии со следующей структурой:

1. Состав исходной информации по варианту.
2. Уравнения затрат по каждой альтернативе необходимо формализовать в виде формул.
3. Выполнить расчет точек безубыточности – точек пересечения затрат.
4. Построить график изменения затрат (в масштабе) и дохода в зависимости от объемов выпуска.
5. Составить рейтинг альтернатив с позиции показателя степени удовлетворения рыночного спроса.
6. Составить рейтинг альтернатив с позиции достижения финансового результата (абсолютной величины прибыли).
7. Составить рейтинг альтернатив с позиции скорости окупаемости затрат (времени достижения точки безубыточности).
8. Свести результаты сравнения (5-7) в таблицу.
9. Сформулировать выводы, в которых указать условия использования каждой из альтернатив. Выбрать наиболее привлекательную альтернативу с точки зрения соответствия трем условиям:

– уровню рыночного спроса;

– максимальной величины прибыли;

– времени окупаемости затрат.

Рекомендуемые источники: *Бражников, М.А. Технология принятия управленческих решений: метод. указания к выполнению контрольной работы / М.А. Бражников. – Самара: СамГТУ, 2018. – 53 с. – Режим доступа:* https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||3415

2.2. Тестовое задание

1. Принятие управленческих решений - одна из ключевых задач в функции:
   1) организация
   2) мотивация
   3) контроль
   4) прогнозирование
   5) планирование
2. К концептуальным навыкам менеджера следует отнести:
   1) технические приемы
   2) стимулирование персонала
   3) доступ к материальным ресурсам
   4) мышление менеджера
   5) физиологическая активность
3. Урегулирование острых конфликтных ситуаций - основа исполнения менеджером:
   1) роли "оратора"
   2) информационной роли
   3) роли "пожарного"
   4) роли участника переговоров
   5) роли связующего звена
4. Горизонтальные отличия в исполнении обязанностей менеджера определяет:
   1) иерархия управления в организации
   2) вид функциональной деятельности
   3) дифференциация структурных подразделений
   4) разделение и кооперация труда
   5) специализация работ
5. Фундамент (основной постулат) теории хаоса:
   1) непредсказуемость повседневных событий
   2) неуправляемость внешней среды
   3) мобильность организационной структуры
   4) прогноз развития рыночной среды
   5) стабильность развития организации
6. Объект планирования и уровень ответственности тактической цели:
   1) организация в целом и высший уровень управления
   2) организация в целом и менеджер среднего звена
   3) функциональный отдел и менеджер первой линии
   4) подразделение компании и среднее управленческое звено
   5) отдельный работник и менеджер высшего звена
7. Стратегические цели нецелесообразно определять как:
   1) официальные
   2) краткосрочные
   3) долгосрочные
   4) роста
   5) развития
8. Формулировка результата с позиции эффективности цели - это
   1) иерархичность
   2) обозримость
   3) реальность
   4) логичность
   5) конкретность
9. Ограниченность горизонта планирования и ориентация на определенную цель - основа:
   1) общей политики организации
   2) планирования целевой программы
   3) формирования проекта
   4) ситуационного планирования
   5) разработки правил и процедур

10. Цель - это:
    1) ключевой результат
    2) маршрут движения организации
    3) процесс планирования
    4) стратегическое видение
    5) удовлетворение потребностей целевого рынка
11. Ключевое понятие маркетинга – “нужда” отражает:
    1) получение желаемого объекта с предложением чего-либо взамен;
    2) потребность, подкрепленная покупательной способностью;
    3) отсутствие необходимых факторов производства;
    4) все то, что может удовлетворить потребность;
    5) чувство ощущаемой нехватки чего-либо.
12. Основная формула концепции маркетинга:
    1) постоянно совершенствовать товар и непрерывно повышать его качество;
    2) повышать эффективность процесса производства;
    3) продавать то, что производится;
    4) производить то, что покупается;
    5) повышать конкурентоспособность фирмы и разорять конкурентов.
13. Какие факторы обуславливают выбор стратегии в отношении целевого рынка?
    1) совокупность параметров спроса целевого рынка потребителей;
    2) факторы макросреды предприятия;
    3) внешняя и внутренняя среда компании;
    4) поставщики исходных компонентов производства и каналы сбыта;
    5) внутренние системы предприятия.
14. Главный определяющий признак скрытого спроса:
    1) уровень сбыта колеблется в силу воздействия внешних факторов;
    2) потребность, которую невозможно удовлетворить существующими товарами;
    3) развитие потенциальных потребностей целевого рынка;
    4) безразличие к выпускаемому товару;
    5) формирование рыночного спроса.
15. Какой параметр спроса определяет широту, глубину и насыщенность товарного ассортимента?
    1) сегментная структура рынка;
    2) предполагаемые потребности потребителя;
    3) изменение уровня и характер первичного спроса;
    4) уровень требовательности и разборчивости потребителей;
    5) величина рыночного спроса.
16. Главный критерий стратегии сегментирования потребительского рынка:
    1) широта товарного ассортимента компании;
    2) широта нужд и потребностей рынка;
    3) окупаемость затрат, связанных с дифференцированной обработкой рынка;
    4) доступность и относительная стабильность полученных сегментов;
    5) возможность получения конкурентного преимущества.
17. Что является определяющей чертой стратегии “массового маркетинга”?
    1) снижение предпринимательского риска;
    2) концентрация ресурсов фирмы;
    3) глубокое проникновение в сегмент;
    4) дифференциация рыночного предложения предприятия;
    5) концентрация усилий на общих чертах различных сегментов.
18. Ограниченность ресурсов компании обуславливает выбор:
    1) стратегии "массового" маркетинга;
    2) стратегии "массового" и концентрированного маркетинга;
    3) только стратегии концентрированного маркетинга;
    4) стратегии дифференцированного маркетинга;
    5) стратегии дифференцированного и концентрированного маркетинга.

19. Основная задача компании на этапе осознания проблемы потребителем:
    1) активное воздействие на процесс формирования потребности;
    2) предоставление наиболее полной информации;
    3) разработка дифференцированного рыночного предложения;
    4) анализ степени удовлетворенности потребителя;
    5) ни одно из утверждений не может быть использовано.
20. Какой из факторов следует отнести к культурному уровню, определяющему поведение потребителя:
    1) образ жизни;
    2) восприятие потребителя;
    3) группы влияния;
    4) социальное положение;
    5) род занятий.

2.1. Формы промежуточной аттестации

Зачет представляет собой ответ на теоретический вопрос. Ответ на вопрос должен представлять собой связный текст. Студент должен продемонстрировать глубокие систематизированные знания по предмету, владеть приёмами рассуждения, сопоставлять материал из разных источников: теорию связывать с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов. Текст ответа должен быть грамотным, логически выстроенным, соответствующим требованиям научного стиля.

Перечень вопросов к зачету

1. ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА — Управленческий процесс. Функции. Планирование. Организация. Руководство. Контроль.

2. ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ — Решение как выбор альтернатив. Условия выбора решений. Уверенность. Риск. Неопределенность

3. МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ — Моделирование принятия решений. Этапы процесса принятия решений. Методы принятия решений.

4. ТИПЫ МЕНЕДЖМЕНТА — Навыки менеджера. Выделение сфер управленческой деятельности. Современные концепции в управлении.

5. СОДЕРЖАНИЕ МАРКЕТИНГА — Основные аспекты маркетинга. Характеристики спроса. Основные виды спроса и задачи маркетинга.

6. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ — Управление спросом. Этапы процесс управления маркетингом. Целевой рынок.

7. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ — Комплекс маркетинга: основные элементы. Факторы выбора стратегии. Системы маркетинга.

8. РАЗВЕДКА РЫНКА — Комплексный анализ и изучение рынка. Условия функционирования компании. Среда задач.

9. РАЗВЕДКА РЫНКА — Состав факторов макросреды. Методы анализа факторов. Анализ SWOT. Анализ конкурентных сил рынка.

10. ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ПРОЦЕСС — Общая схема планирования. Цель. Планы. Процесс планирования. Основные задачи планирования.

11. ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ПРОЦЕСС — Классификация целей. Критерии эффективности. Основные уровни планирования.

12. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА — Основные этапы целевого маркетинга. Общие практические подходы к сегментированию рынка.

13. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА — Оценка привлекательности сегментов. Стратегии охвата рыночных сегментов и критерии их выбора.

14. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ — Процесс позиционирования. Карта конкурентных позиций. Стратегия позиционирования.

15. ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ — Управление информацией. Информационные потоки. Концепция системы маркетинговой информации.

16. ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ — Принципиальная схема и цели исследования. Представление результатов исследования.

17. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ — Разработка стратегии. Объект планирования. Уровни разработки стратегии. Формулировка стратегии.

18. ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА — Этапы разработки программы маркетинга. Сцепление стратегии. Основные виды стратегий.

19. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА — Сущность и структура товара. Классификация продукции. Планирование производственной программы.

20. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА — Анализ ценовой стратегии предприятия. Методы ценообразования. Ценовая шкала.

21. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА — Стратегия распределения продукция. Методы распределения продукции. Эффективность сбытовой системы.

22. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА — Продвижение продукции. Техника персональных продаж. Стимулирование сбыта. Реклама. PR.

23. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА – Разделение труда. Структура командной цепочки. Властные полномочия, ответственность и делегирование.

24. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА – Масштаб управляемости. Уровень управления. Степень централизации. Дифференциация и интеграция работ в организации. Формализация.

25. ТИПЫ ОРГАНИЗАЦИЙ — Механистический тип организационной структуры. Предпосылки и создание органической компании.

26. ТИПЫ ОРГАНИЗАЦИЙ — Функциональное выделение подразделений. Программная организация. Матричный тип. Командный подход. Сетевая структура.

27. КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО — Стратегическая модель конкурентного преимущества. Основные стратегии. Цепочка ценности.

28. ФАКТОРЫ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ — Характеристика покупательского поведения: группировка факторов. Характеристика факторов

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций. Описание шкал оценивания

Характеристика процедуры промежуточной аттестации по дисциплине

№	Наименование оценочного средства	Периодичность и способ проведения процедуры оценивания	Методы оценивания	Виды выставляемых оценок	Способ учета индивидуальных достижений, обучающихся
1	Тестовые задания	По окончании цикла тем – письменно	Экспертный	По пятибалльной шкале	Журнал учета успеваемости
2	Практические задания	По окончании цикла тем – письменно	Экспертный	По пятибалльной шкале	Рабочая книжка преподавателя
3	Промежуточная аттестация – зачет с оценкой	По окончании изучения курса – устно	Экспертный	По пятибалльной шкале	Ведомость, зачетная книжка, учебная карточка, индивидуальный план

Шкала и процедура оценивания сформированности компетенций

На этапе промежуточной аттестации используется система оценки успеваемости обучающихся, которая позволяет преподавателю оценить уровень освоения материала обучающимися. Критерии оценивания сформированности планируемых результатов обучения (дескрипторов) представлены в карте компетенции ОПОП.

«Зачтено» – выставляется, если сформированность дескрипторов компетенций на 50% и более оценивается не ниже «удовлетворительно» в отсутствие «неудовлетворительно». Обучающийся показывает хорошие знания учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Незачтено» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций менее чем 50 % (в соответствии с картами компетенций ОПОП) оценивается критериями «удовлетворительно», «хорошо» и «отлично». При ответе выявлены существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.

Ответы и решения обучающихся оцениваются по следующим критериям: распознавание проблем; определение значимой информации; анализ проблем; аргументированность; использование стратегий; творческий подход; выводы; общая грамотность.

Форма оценки знаний: оценка – 5 «отлично»; 4 «хорошо»; 3 «удовлетворительно»; 2 «неудовлетворительно».

«Отлично» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций на 85 % и более (в соответствии с картами компетенций ОПОП) оценивается критериями «хорошо» и «отлично», при условии отсутствия оценки «неудовлетворительно». Студент показал прочные знания основных положений материала, умение самостоятельно решать практические задачи повышенной сложности, свободно использовать справочную литературу, делать обоснованные выводы из результатов анализа конкретных ситуаций.

«Хорошо» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций на 70 % и более (в соответствии с картами компетенций ОПОП) оценивается критериями «хорошо» и «отлично», при условии отсутствия оценки «неудовлетворительно», допускается оценка «удовлетворительно». Студент показал прочные знания основных положений материала, умение самостоятельно решать практические задачи, предусмотренные

рабочей программой, ориентироваться в справочной литературе, правильно оценить полученные результаты анализа конкретных ситуаций;

«Удовлетворительно» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций 50 % и более (в соответствии с картами компетенций ОПОП) оценивается критериями «удовлетворительно», «хорошо» и «отлично». Студент показал знание основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой, знакомство с рекомендованной справочной литературой;

«Неудовлетворительно» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций менее чем 50 % (в соответствии с картами компетенций ОПОП) оценивается критериями «удовлетворительно», «хорошо» и «отлично». При ответе выявлены существенные пробелы в знаниях основных положений материала, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи (из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины).

Соответствие критериев оценивания сформированности планируемых результатов обучения (дескрипторов) системам оценок представлено в табл. 4.

Интегральная оценка

Критерии	Традиционная оценка	Балльно-рейтинговая оценка
5	5	85 – 100
4	4	70 – 84
3	3	51 – 69
2 и 1	2, Незачет	0 – 50
5, 4, 3	Зачет	51 – 100

Обучающиеся обязаны сдавать **все задания в сроки**, установленные преподавателем.

Оценка «Удовлетворительно» по дисциплине, может быть выставлена и при неполной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирование предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

Оценка тестовых заданий.

18-20 – оценка «отлично» (глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины; способность самостоятельно приобретать новые знания и умения; способность самостоятельно использовать углубленные знания);

14-17 – оценка «хорошо» (полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение предусмотренных программой заданий, систематический характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшего обучения в вузе и в будущей профессиональной деятельности);

9-13 – оценка «удовлетворительно» (знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшего обучения, выполнение заданий, предусмотренных программой, наличие неточности в ответе, но обладание необходимыми знаниями для их устранения);

менее 9 – оценка «неудовлетворительно» (пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий).

Оценка практических заданий.

8-9 баллов – оценка «отлично»;

6-7 баллов – оценка «хорошо»;

4-5 баллов – оценка «удовлетворительно»

2-3 балла – оценка «неудовлетворительно»

1 балл – не оценивается, возврат на доработку.

9 – задание выполнено в полном объеме, получены ответы на все вопросы, претензий к качеству оформления и представления материала нет;

8 – задание выполнено в полном объеме, но есть некоторые проблемы в части оформления работы и соблюдения структуры отчета;

7 – нарушение структуры отчета, незначительная часть ответов на поставленные вопросы (1-2) отсутствует или даны неверные утверждения;

6 – не соблюдены требования к оформлению работы, часть ответов на поставленные вопросы (2-3) отсутствует или даны неверные утверждения;

5 – допущены серьезные ошибки в расчетной части работы, часть ответов на поставленные вопросы (3-4) отсутствует или даны неверные утверждения;

4 – форма отчета не соответствует заданию, большая часть ответов на поставленные вопросы (4-5) отсутствует или даны неверные утверждения;

3 – логика выполнения работы не соответствует заданию, расчеты не завершены, правильные ответы на большую часть вопросов (5-6) отсутствуют.

2 – работа не завершена, правильные ответы на большую часть вопросов (6-7) отсутствуют.

1 – есть исходная информация, решение задачи лишь обозначено, ответов на вопросы нет.