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

УТВЕРЖДАЮ:
Первый проректор-проректор по учебной работе
_____ / Д.Е. Овчинников
"_____" _____ 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	2026
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 2026

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)	Е.Г Сафронов (ФИО)
Заведующий кафедрой	О.С. Чечина, доктор экономических наук, профессор (ФИО, степень, ученое звание)

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методического совета факультета / института (или учебно-методической комиссии)	А.Р Галлямов, кандидат технических наук (ФИО, степень, ученое звание)
Руководитель образовательной программы	А.Ф. Денисенко, доктор технических наук, профессор (ФИО, степень, ученое звание)
Заведующий выпускающей кафедрой	А.Р. Галлямов, кандидат технических наук (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; Практико-ориентированный проект; Процессы формообразования; Социология и право; 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; 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	Котлер, Ф. Основы маркетинга : крат.курс:пер.с англ. / Ф. Котлер.- М., ИД "Вильямс", 2008.- 646 с.	Книжный фонд
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

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	2026
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 индикатора достижения компетенции	Результаты обучения	Оценочные средства	Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация
Основы управления				
ОПК-2.1 Анализирует экономические затраты на обеспечение деятельности производственных подразделений	**Знать** состав и классификацию затрат на производство	зачет	Нет	Да
ОПК-2.2 Учитывает энергетические, материальные и трудовые затраты при обеспечении деятельности производственных подразделений	**Владеть** навыками учета затрат при обеспечении деятельности производственных подразделений	Опрос	Да	Нет
		Тестирование	Да	Нет
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				
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	Тестирование	Да	Нет
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	Тестирование	Да	Нет
		Опрос	Да	Нет
УК-4.3 Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации	**Уметь** использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации	Тестирование	Да	Нет
Система маркетинга				
ОПК-2.1 Анализирует экономические затраты на обеспечение деятельности производственных подразделений	**Знать** состав и классификацию затрат на производство	зачет	Нет	Да

ОПК-2.2 Учитывает энергетические, материальные и трудовые затраты при обеспечении деятельности производственных подразделений	**Владеть** навыками учета затрат при обеспечении деятельности производственных подразделений	Тестирование	Да	Нет
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				
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	Опрос	Да	Нет
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	Тестирование	Да	Нет
УК-4.3 Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации	**Уметь** использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации	Тестирование	Да	Нет

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

Перечень вопросов к зачету по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

1. **Основные подходы к определению понятия «менеджмент» и его ключевые функции.**
2. **Система показателей эффективности организации.**
3. **Деятельность и навыки менеджера: концептуальные, человеческие и технические.**
4. **Вертикальные и горизонтальные различия. Производственный менеджмент. Финансовый менеджмент.**
5. **Управление маркетингом как управление спросом.**
6. **Современные тенденции и концепции в управлении.**
7. **Определение маркетинга. Теоретический и предпринимательский аспект маркетинга, их взаимосвязь и взаимовлияние.**
8. **Система целей управления маркетингом. Параметры спроса.**
9. **Состояния спроса и виды маркетинга.**
10. **Нерациональный спрос и его признаки. Действия организации.**
11. **Чрезмерный спрос и ключевые решения компании.**
12. **Мероприятия противодействующего маркетинга и условия их реализации.**
13. **Условия применения поддерживающего маркетинга.**
14. **Ремаркетинг. Условия применения и основные мероприятия.**
15. **Стимулирующий маркетинг: определение и основные направления деятельности.**
16. **Развитие концепций управления маркетингом.**
17. **Концепция интенсификации коммерческих усилий.**
18. **Концепция совершенствования товара: сущность и основная проблема.**
19. **Понятие маркетинговой «близорукости».**
20. **Социально-этичный маркетинг.**
21. **Этапы процесса управления маркетингом.**
22. **Понятие целевого маркетинга.**
23. **Сегментирование рынка: сущность, этапы.**
24. **Позиционирование товара.**
25. **Стратегии охвата рыночных сегментов.**
26. **Дифференцированный маркетинг: характеристика и условия применения.**
27. **Концентрированный маркетинг: преимущества и недостатки.**
28. **Недифференцированный маркетинг: сильные и слабые места.**
29. **Стратегии позиционирования продукции.**
30. **Стратегия X. Основные характеристики и условия применения.**
31. **Стратегия Y. Основные характеристики и условия применения.**
32. **Стратегия Z. Основные характеристики и условия применения.**
33. **Этапы ценообразования.**
34. **Методы ценообразования.**
35. **Точка безубыточности: понятие и расчет.**
36. **Стратегия премиального ценообразования.**
37. **Стратегия ценового прорыва.**
38. **Преимущества и недостатки ценовых стратегий.**
39. **SWOT-анализ и его применение.**
40. **Жизненный цикл продукции.**
41. **Принципы эффективности целей.**
42. **Миссия организации и ее формирование: основные требования.**
43. **Общая схема планирования в организации.**
44. **Постановка целей. Разработка планов.**
45. **Принципы планирования в компании.**
46. **Методы планирования в организации.**
47. **Системы оперативного планирования.**
48. **Планирование как функция менеджмента.**
49. **Контроль как функция менеджмента.**
50. **Методы контроля.**
51. **Автоматизированная система контроля.**
52. **Организация как функция менеджмента.**
53. **Ключевые принципы организации производственных процессов.**
54. **Процесс принятия решений.**

55. Общая характеристика требований к планированию.
56. Разработка миссии предприятия.
57. Краткая характеристика основных типов целевых направлений в развитии организации.
58. Классификация целей.
59. Содержание и характеристика основных разделов плана маркетинга.
60. Оценка текущей ситуации и постановка задач. Сцепление плана
61. Факторы и признаки сегментации.
62. Ограничения сегментации рынка.
63. Оценка привлекательности сегмента.
64. Факторы и условия выбора стратегии позиционирования.
65. Критерии сегментации.
66. Отличительное преимущество и степень дифференциации продукции.
67. Схема позиционирования товара.
68. Классификация товаров.
69. Структура проектируемой продукции. Торговая марка.
70. Упаковка, ее основные функции. Сервисное сопровождение. Планирование портфеля производства.
71. Факторы, определяющие формирование цен.
72. Методы ценообразования: оценка издержек, анализ спроса и конкурентных предложений.
73. Стратегия выравнивания дохода. Ценовая шкала и методы ценовой дискриминации.
74. Разделение труда. Структура командной цепочки. Норма управляемости и контроля.
75. Уровень управления. Процесс выделения подразделений. Функциональная структура.
76. Программная организация. Матричный тип. Командный подход. Сетевой принцип.
77. Сравнительный анализ типов организационных структур. Интегрированный маркетинг.
78. Виды управленческой деятельности и классификация ролей, исполняемых менеджером.
79. Целевые ориентиры и оценка собственных профессиональных достижений современного менеджера.
80. Основные категории маркетинга, принципы функционирования рынка и организации маркетинговой деятельности на предприятии.
81. Экономическое содержание маркетинга.
82. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение.
83. Основные задачи и принципы планирования.
84. Общие подходы к организации процесса планирования.
85. Сегментация на промышленных рынках. Разработка профиля сегмента.
86. Управление портфелем продукции.
87. Основные этапы разработки товаров.
88. Степень централизации управления.
89. Процесс децентрализации.
90. Дифференциация и интеграция работ в организации. Процесс координации.
91. Формализация рабочих заданий.
92. Основные факторы и показатели, характеризующие тенденции развития рынка.
93. Рентабельность производства, продукции и продаж.
94. Основные проблемы и противоречия формирования целей системы маркетинга.
95. Критерии эффективности целей. Основные направления разработки целей и задач промышленного предприятия.
96. Краткая характеристика основных стратегий маркетинга.
97. Определение последовательности действий
98. Позиционирование как основа разработки комплекса маркетинга
99. Необходимость использования каналов сбыта. Основные функции канала
100. Классификация методов распределения продукции.
101. Надежность каналов сбыта
102. Ключевые цели и инструменты Public Relations. Психологический аспект
103. Настройка стимулирования сбыта и его влияние на покупательское поведение предприятий.
104. Цели и задачи рекламного обращения
105. Стратегические цели. Окружающая среда. Жизненный цикл развития организации
106. Технология и производственный процесс. Взаимозависимость подразделений.
107. Типология организационных изменений. Параметры эффективной организации
108. Типология каналов сбыта. Эффективность системы распределения.
109. Структура канала. Стратегия распределения.
110. Роль персональных продаж в принятии решений потребителя о заключении сделки.
111. Материально-техническая база производства как объект менеджмента.
112. Стратегические планирование: содержание этапов и сложности их формирования.

113. Тактическое планирование.
114. Типы организационных структур и их применение.
115. Мотивация как функция менеджмента.
116. Теории и инструменты мотивации.
117. Эффективность системы мотивации труда.
118. Материальное и нематериальное стимулирование.
119. Технико-экономическое планирование.
120. Содержание социально-трудового планирования.
121. Теория справедливости и ее содержание.
122. Долгосрочное планирование.
123. Риски и неопределенность при планировании производственно-хозяйственной деятельности.
124. Основные требования к менеджерам – плановикам.
125. Стили управления и лидерство.

Тесты по компетенциям

по дисциплине Б1.О.03.10 «Менеджмент и маркетинг»
(шифр и наименование дисциплины)

Номер задания	Содержание задания	Ключ к ответу	Тема РПД	Семестр
ОПК-2 Способен проводить анализ затрат на обеспечение деятельности производственных подразделений				
1.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Отметьте, что понимается под «маркетинговой близорукостью»: а) отказ от выпуска нового товара; б) решение социальных задач общества; в) агрессивные усилия по сбыту товара; г) использование только оптовых посредников.	а	Основы маркетинга.	7
2.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Назовите определяющий признак скрытого спроса: а) потребность, которая не удовлетворена существующими товарами; б) уровень сбыта колеблется в силу воздействия внешних факторов; в) развитие потенциальных потребностей целевого рынка; г) безразличие к выпускаемому товару.	а	Основы маркетинга.	7
3.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Назовите параметр спроса, необходимый в целях решения вопроса о производственной мощности предприятия: а) величина рыночного спроса; б) уровень требовательности и разборчивости потребителей; в) изменение уровня и характер первичного спроса; г) предполагаемые потребности покупателя.	а	Основы маркетинга.	7
4.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Назовите определяющий признак отсутствия спроса: а) безразличие к выпускаемому товару; б) развитие потенциальных потребностей целевого рынка; в) потребность, которая не удовлетворена существующими товарами; г) колебание уровня сбыта в силу воздействия внешних факторов.	а	Основы маркетинга.	7
5.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Отметьте, что такое управление маркетингом: а) управление разработкой товара; б) управление ценообразованием;	г	Основы маркетинга.	7

	в) управление сбытом; г) управление спросом.			
6.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Укажите, какой параметр спроса оказывает существенное влияние на степень и скорость обновления выпускаемой продукции: а) предполагаемые потребности покупателя; б) изменение уровня и характер первичного спроса; в) величина рыночного спроса; г) уровень требовательности и разборчивости потребителей.	а	Основы маркетинга.	7
7.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Назовите основную задачу синхромаркетинга: а) разработка способа сглаживания колебаний в распределении спроса; б) внедрение программ стимулирования сбыта; в) анализ причин падения спроса; г) использование гибких цен в целях стабилизации спроса.	а	Основы маркетинга.	7
8.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Укажите инструменты комплекса маркетинга: а) модель 4Р; б) субъекты маркетинга; в) системы маркетинга; г) факторы макросреды.	а	Основы маркетинга.	7
9.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Укажите, какой параметр спроса оказывает существенное влияние на качество выпускаемой продукции: а) уровень требовательности и разборчивости потребителей; б) величина рыночного спроса; в) сегментная структура рынка; г) предполагаемые потребности покупателя.	а	Основы маркетинга.	7
10.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Укажите, что включает в себя внешняя среда организации: а) контактные аудитории; б) конкурентов; в) основные производственные фонды; г) промышленно-производственный персонал.	а, б	Основы маркетинга.	7
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				
11.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Назовите заключительный этап целеполагания: а) мониторинг и корректировка; б) реализация плана; в) построение плана; г) формулировка приоритетов.	а	Процесс планирования.	7
12.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Назовите типичные ошибки, возникающие при составлении бизнес-плана компании: а) дисбаланс целей и возможностей компании; б) занижение объема требуемых инвестиционных ресурсов; в) завышение сроков окупаемости; г) отсутствие маркетингового плана.	а, б	Процесс планирования.	7
13.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Укажите риски в стратегическом управлении, которые классифицируются в зависимости от сферы влияния: а) катастрофические и умеренные; б) внешние и внутренние; в) допустимые и недопустимые;	б	Процесс планирования.	7

	г) прогнозируемые и непрогнозируемые.			
14.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Назовите переменные, которыми описываются стратегические бизнес-единицы: а) перспективы роста; б) ожидаемый уровень нестабильности; в) ценовая политика компании; г) инструменты массового маркетинга.	а, б	Процесс планирования.	7
15.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Укажите основные инструменты бережливого производства: а) система обслуживания оборудования TPM; б) система 5S; в) кайдзен; г) социальная политика компании.	а, б, в	Основные функции менеджмента.	7
16.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Укажите ключевые принципы кайдзен: а) фокус на клиентах; б) пропаганда открытости; в) создание рабочих команд; г) акцент на материальном стимулировании.	а, б, в	Основные функции менеджмента.	7
17.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Назовите ключевые функции стратегического менеджмента: а) планирование; б) контроль; в) сегментирование; г) позиционирование.	а, б	Процесс планирования.	7
18.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Назовите материально-технические факторы роста производительности труда: а) модернизация оборудования; б) повышение уровня механизации производства; в) внедрение новых видов сырья и материалов; г) повышение квалификации рабочих.	а, б, в	Основные функции менеджмента.	7
19.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Назовите принцип формулировки результата исходя из подчиненности целей: а) иерархичность; б) конкретность; в) лабильность; г) непрерывность.	а	Основные функции менеджмента.	7
20.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Укажите принцип ориентации компании на максимизацию результата: а) напряженность; б) комплексность; в) обязательность; г) гибкость.	а	Основные функции менеджмента.	7
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)				
21.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Назовите основные принципы планирования: а) пропорциональность; б) непрерывность; в) гибкость; г) селективность.	б, в	Процесс планирования.	7
22.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Укажите, кем впервые были сформулированы общие принципы планирования: а) А. Файолем; б) Г. Фордом; в) Э. Мейо;	а	Процесс планирования.	7

	г) Г. Гантом.			
23.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Укажите, какой вид планирования охватывает вопросы, связанные с определением численности и структуры персонала, а также величины фонда оплаты труда: а) социально-трудовое; б) неформальное; в) интерактивное; г) репрезентативное.	а	Процесс планирования.	7
24.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Укажите, какой вид планирования основан на взаимодействии спроса и предложения, а также цен на производимые товары и услуги: а) рыночное; б) директивное; в) индикативное; г) внутрифирменное.	а	Процесс планирования.	7
25.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Назовите вид планирования, предполагающий ориентацию на прошлое: а) интерактивное; б) преактивное; в) реактивное; г) инактивное.	в	Процесс планирования.	7
26.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Укажите ключевые принципы формирования целей компании: а) конкретность; б) обозримость; в) логичность; г) пропорциональность.	а, б, в	Процесс планирования.	7
27.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Назовите требования к формулировке миссии организации: а) исключение возможности разночтений; б) простота восприятия; в) использование сложных, специфических терминов; г) дистанцирование от целевых потребителей.	а, б	Процесс планирования.	7
28.	Прочитайте текст вопроса и выберите несколько правильных ответов. Укажите, в каких случаях наиболее актуальна стратегия низких издержек: а) усиление конкуренции среди продавцов; б) высокие затраты на производство и реализацию; в) чувствительность покупателей к ценовым колебаниям; г) узкий сегмент рынка.	а, в	Процесс планирования.	7
29.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Назовите принцип формулировки результата с позиции эффективности достижения цели: а) конкретность; б) логичность; в) реальность; г) обозримость.	а	Основные функции менеджмента.	7
30.	Прочитайте текст вопроса и выберите правильный ответ. Укажите принцип формулировки результата исходя из непротиворечия целей: а) логичность; б) иерархичность; в) реальность; г) обозримость.	а	Основные функции менеджмента.	7

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Описание шкал оценивания

Процедура оценивания представлена в таблице и реализуется поэтапно:

1-й этап процедуры оценивания: оценивание уровня достижения каждого из запланированных результатов обучения – дескрипторов (знаний, умений, владений) в соответствии со шкалами и критериями, установленными картами компетенций ОПОП. Экспертной оценке преподавателя подлежит сформированность отдельных дескрипторов, для оценивания которых предназначена данная оценочная процедура текущего контроля и промежуточной аттестации согласно матрице соответствия оценочных средств результатам обучения.

2-й этап процедуры оценивания: интегральная оценка достижения обучающимся запланированных результатов обучения по итогам отдельных видов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Характеристика процедуры промежуточной аттестации по дисциплине «Менеджмент и маркетинг»

№	Наименование оценочного средства	Периодичность и способ проведения процедуры оценивания	Методы оценивания	Виды выставляемых оценок	Способ учета индивидуальных достижений, обучающихся
1	Опрос	Систематически на практических занятиях (устно)	Экспертный	По пятибалльной шкале	рабочая книжка преподавателя
2	Тестирование	По окончании изучения разделов (письменно)	Экспертный	По пятибалльной шкале	рабочая книжка преподавателя
6	Зачет	По окончании изучения курса	Экспертный	По пятибалльной шкале	ведомость, зачетная книжка и 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.

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

Шкала оценивания

«Отлично» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций *80%* более (в соответствии с картами компетенций ОПОП) оценивается критериями «хорошо» и «отлично», при условии отсутствия оценки «неудовлетворительно»: студент показал прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать конкретные 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»: обучающийся показал прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет 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»: обучающийся показал знание основных по-

ложений 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 обучающегося выявились 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 общим критериям: распознавание проблем; определение значимой информации; анализ проблем; аргументированность; использование стратегий; творческий подход; выводы; общая грамотность.

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

Интегральная оценка

Критерии	Традиционная оценка
5	5
4	4
3	3
2 и 1	Неудовлет.

Обучающиеся обязаны сдавать все задания в сроки, установленные преподавателем. Оценка «Удовлетворительно» по дисциплине, может выставляться 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.