

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Иванович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 28.05.2026 11:41:50

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления,
доктор экономических
наук, профессор
Ушвицкий Л.И.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Стратегический менеджмент (продвинутый уровень)»

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется

38.04.02 Менеджмент
Стратегический менеджмент и маркетинг
2026
очная
2 семестр

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств по дисциплине «Стратегический менеджмент (продвинутый уровень)» предназначен для контроля достижения обучающимися требуемых компетенций посредством оценивания полученных ими результатов обучения, соответствующих индикаторам достижения компетенций образовательной программы высшего образования «Стратегический менеджмент и маркетинг» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

1. ФОС является приложением к рабочей программе дисциплины «Стратегический менеджмент (продвинутый уровень)»

2. Разработчик: Момотова О.Н., доцент кафедры менеджмента

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель:

Куш Е.Н. - председатель УМК института экономики и управления.

Члены комиссии:

Пучкова Е. Е. - член УМК института экономики и управления, и.о. замдиректора по учебной работе;

Максименко Л.С. - член УМК института экономики и управления, профессор кафедры менеджмента.

Представитель организации-работодателя: Кривко Владимир Иванович - директор ООО «Орфей»

Экспертное заключение:

фонд оценочных средств по дисциплине «Стратегический менеджмент (продвинутый уровень)» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Стратегический менеджмент и маркетинг» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

«19» мая 2026 г.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция(ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</i>				
Результаты обучения по дисциплине: Используя критический анализ проблемной ситуации на основе системного подхода в управлении, знание теории разработки управленческих решений, вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов - решений стратегического характера, прогнозируя результаты каждого из них. <i>Индикатор:</i> ИД-3. УК-1.	Не использует критический анализ проблемной ситуации на основе системного подхода в управлении, знание теории разработки управленческих решений, не способен выработать стратегию действий с целью решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов - решений стратегического характера, прогнозируя результаты каждого из них.	Применяет отдельные элементы критического анализа проблемной ситуации на основе системного подхода в управлении, знание теории разработки управленческих решений, удовлетворительно справляется с выработкой стратегии действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов - решений стратегического характера, прогнозируя результаты каждого из них.	Используя критический анализ проблемной ситуации на основе системного подхода в управлении, уверенное знание теории разработки управленческих решений, вырабатывает на достаточно хорошем уровне стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов - решений стратегического характера, прогнозируя результаты каждого из них.	Используя критический анализ проблемной ситуации на основе системного подхода в управлении, знание теории разработки управленческих решений, отлично справляется с выработкой стратегии действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов - решений стратегического характера, прогнозируя результаты каждого из них.
<i>Компетенция: ПК-2 Способен осуществлять стратегическое управление всеми видами деятельности, организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в российских компаниях в условиях изменяющейся окружающей среды</i>				
Результаты обучения по дисциплине: Применяя системный подход в управлении, знание и понимание методологии стратегического менеджмента, вопросов организации управления, владея навыками использования инструментов стратегического анализа бизнес-среды, способен	Не владеет навыками использования инструментов стратегического анализа бизнес-среды, не способен осуществлять стратегическое управление деятельностью организации с учетом взаимодействия с внешней бизнес-средой.	Применяет отдельные навыки использования инструментов стратегического анализа бизнес-среды, на удовлетворительном уровне способен осуществлять стратегическое управление деятельностью организации с учетом взаимодействия с внешней бизнес-	Достаточно хорошо владеет навыками использования инструментов стратегического анализа бизнес-среды, способен достаточно уверенно осуществлять стратегическое управление деятельностью организации с учетом	Владеет в совершенстве навыками использования инструментов стратегического анализа бизнес-среды, способен уверенно осуществлять стратегическое управление деятельностью организации с учетом взаимодействия с

осуществлять стратегическое управление деятельностью организации с учетом взаимодействия с внешней бизнес-средой. <i>Индикатор:</i> ИД-1. ПК-2		средой.	взаимодействия с внешней бизнес-средой.	внешней бизнес-средой.
<i>Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать бизнес-проекты стратегического развития организации и управлять их реализацией в цифровой среде</i>				
Результаты обучения по дисциплине: Опираясь на знание и понимание методологии стратегического менеджмента и маркетинга, владея методикой и инструментарием разработки стратегий разного уровня, способен осуществлять разработку стратегий развития деятельности организации. <i>Индикатор:</i> ИД-1. ПК-4	Не применяет знание и понимание методологии стратегического менеджмента и маркетинга, не владеет методикой и инструментарием разработки стратегий разного уровня, не способен осуществлять разработку стратегий развития деятельности организации.	Частично применяет знание и понимание методологии стратегического менеджмента и маркетинга, удовлетворительно владеет методикой и инструментарием разработки стратегий разного уровня, способен осуществлять разработку стратегий развития деятельности организации на базовом уровне.	На хорошем уровне применяет знание и понимание методологии стратегического менеджмента и маркетинга, достаточно хорошо владеет методикой и инструментарием разработки стратегий разного уровня, способен достаточно уверенно осуществлять разработку стратегий развития деятельности организации.	Уверенно, на высоком уровне применяет знание и понимание методологии стратегического менеджмента и маркетинга, отлично владеет методикой и инструментарием разработки стратегий разного уровня, способен уверенно осуществлять разработку стратегий развития деятельности организации.
Опираясь на комплексный подход в осуществлении функций управления, знание методов и инструментов стратегического менеджмента, обеспечивает реализацию организационной, мотивационной и контрольно-мониторинговой функции при управлении реализацией стратегий развития деятельности организации <i>Индикатор:</i> ИД-2. ПК-4	Не использует комплексный подход в осуществлении функций управления, знание методов и инструментов стратегического менеджмента.	Применяет комплексный подход в осуществлении функций управления, знание методов и инструментов стратегического менеджмента.	Применяет комплексный подход в осуществлении функций управления, знание методов и инструментов стратегического менеджмента, обеспечивает реализацию организационной, мотивационной и контрольно-мониторинговой функции при управлении реализацией стратегий развития деятельности организации	Применяет комплексный подход в осуществлении функций управления, знание методов и инструментов стратегического менеджмента, обеспечивает реализацию организационной, мотивационной и контрольно-мониторинговой функции при управлении реализацией стратегий развития деятельности организации

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.	с	Стратегия организации это: а. деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка) б. практическое использование методологии стратегического управления с. генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей д. обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов	УК-1
2.	а	Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это: а. функциональная стратегия б. бизнес-стратегия с. корпоративная стратегия	УК-1
3.	с	Стратегия организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка) – это: а. функциональная стратегия б. бизнес-стратегия с. корпоративная стратегия	УК-1
4.	б	Стратегия подразделения по производству бытовых холодильников многоотраслевой электротехнической организации – это: а. функциональная стратегия б. бизнес-стратегия с. корпоративная стратегия	УК-1
5.	д	Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «реактивная адаптация, которая наиболее естественна для организации, но требует много времени на осознание неизбежности изменений, выработку новой стратегии и адаптацию к ней системы» а. долгосрочное планирование б. управление на основе контроля за исполнением с. управление на основе предвидения изменений д. управление на основе гибких экстренных решений	УК-1
6.	б	Применяя метод SWOT-анализа (рис.1) определить стратегию фирмы, если парные комбинации оказались на поле СИБ:	УК-1

		<table><tr><td></td><td>Возможности 1 2 3</td><td>Угрозы 1 2 3</td></tr><tr><td>Сильные стороны 1 2 3</td><td>поле СИБ</td><td>поле СИУ</td></tr><tr><td>Слабые стороны 1 2 3</td><td>поле СЛБ</td><td>поле СЛУ</td></tr></table> Рис.1 –Матрица SWOT анализа a. за счет появившихся возможностей попытаться преодолеть имеющиеся в организации слабости b. использовать сильные стороны организации, чтобы получить отдачу от возможности, которые появились во внешней среде c. использовать силу организации для устранения угроз d. организация должна выработать такую стратегию, которая позволила бы ей как избавиться от слабости, так и попытаться предотвратить нависшую над ней угрозу e. использовать сильные стороны организации и учесть слабые		Возможности 1 2 3	Угрозы 1 2 3	Сильные стороны 1 2 3	поле СИБ	поле СИУ	Слабые стороны 1 2 3	поле СЛБ	поле СЛУ	
	Возможности 1 2 3	Угрозы 1 2 3										
Сильные стороны 1 2 3	поле СИБ	поле СИУ										
Слабые стороны 1 2 3	поле СЛБ	поле СЛУ										
7.	a	Применяя метод SWOT-анализа (рис.1) определить стратегию фирмы, если парные комбинации оказались на поле СЛБ: <table><tr><td></td><td>Возможности 1 2 3</td><td>Угрозы 1 2 3</td></tr><tr><td>Сильные стороны 1 2 3</td><td>поле СИБ</td><td>поле СИУ</td></tr><tr><td>Слабые стороны 1 2 3</td><td>поле СЛБ</td><td>поле СЛУ</td></tr></table>		Возможности 1 2 3	Угрозы 1 2 3	Сильные стороны 1 2 3	поле СИБ	поле СИУ	Слабые стороны 1 2 3	поле СЛБ	поле СЛУ	УК-1
	Возможности 1 2 3	Угрозы 1 2 3										
Сильные стороны 1 2 3	поле СИБ	поле СИУ										
Слабые стороны 1 2 3	поле СЛБ	поле СЛУ										

		Рис.1 –Матрица SWOT анализа a. за счет появившихся возможностей попытаться преодолеть имеющиеся в организации слабости b. использовать сильные стороны организации, чтобы получить отдачу от возможности, которые появились во внешней среде c. использовать силу организации для устранения угроз d. организация должна выработать такую стратегию, которая позволила бы ей как избавиться от слабости, так и попытаться предотвратить нависшую над ней угрозу e. использовать сильные стороны организации и учесть слабые											
8.	c	Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них путем выработки соответствующей стратегии» a. долгосрочное планирование b. управление на основе контроля за исполнением c. управление на основе предвидения изменений d. управление на основе гибких экстренных решений	ПК-2										
9.	a	Если важное место отводится анализу перспектив организации, задачей которого является выяснение тех тенденций, опасностей, возможностей, а также отдельных чрезвычайных ситуаций, которые способны изменить сложившиеся тенденции, то это: a. стратегическое планирование b. среднесрочное планирование c. долгосрочное планирование d. другой ответ	ПК-2										
10.	c	Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это: a. стратегическое планирование b. стратегия c. SWOT – анализ d. стратегическое управление	ПК-2										
11.	Относительная доля рынка для изделия №1: $480/400=1,2>1$ доля рынка высокая Темп роста рынка $112/108=1,04>1$ темп роста рынка высокий Следовательно позиция в	Задача Определите позиции (по матрице БКГ) для изделия №1, на основе следующих данных: <table><tr><td>№ изделия</td><td>Объем продаж организации, тыс. шт.</td><td>Объем продаж ведущего конкурента, тыс. шт.</td><td>Емкость рынка, тыс. шт.</td><td>Темп роста рынка, %</td></tr><tr><td>1</td><td>480</td><td>400</td><td>3000</td><td>112</td></tr></table>	№ изделия	Объем продаж организации, тыс. шт.	Объем продаж ведущего конкурента, тыс. шт.	Емкость рынка, тыс. шт.	Темп роста рынка, %	1	480	400	3000	112	ПК-2
№ изделия	Объем продаж организации, тыс. шт.	Объем продаж ведущего конкурента, тыс. шт.	Емкость рынка, тыс. шт.	Темп роста рынка, %									
1	480	400	3000	112									

	матрице БКГ соответствует изделию «Звезда». В дальнейшем следует увеличивать долю рынка этого изделия	<table><tr><td>2</td><td>550</td><td>500</td><td>2500</td><td>105</td></tr><tr><td>3</td><td>220</td><td>250</td><td>2000</td><td>103</td></tr></table> Темп роста отрасли –108%. Примечание. Относительную долю рынка (матрица БКГ ось X) можно определить как отношение доли рынка организации и ведущего конкурента (если отношение >1, то относительная доля рынка высокая, если отношение <1, то – низкая). Темп роста рынка (матрица БКГ ось Y) сравнивается со средним по отрасли (по условию 108%), если >108%, то высокий, если <108% – низкий.	2	550	500	2500	105	3	220	250	2000	103	
2	550	500	2500	105									
3	220	250	2000	103									
12.	d	Что это за определение стратегического менеджмента: «выражение цели, которое позволяет легко отличить данный бизнес от других подобных ему фирм»? a. потенциал b. сцена c. целевые установки d. миссия	ПК-4										
13.	c	Что это за определение стратегического менеджмента: «долгосрочные результаты, которые стремится достичь организация для осуществления своей миссии»? a. потенциал b. сцена c. целевые установки d. миссия	ПК-4										
14.	c	Что это за определение: «комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование предприятия на изменение внешней конъюнктуры, которое может повлечь за собой необходимость стратегического маневра, пересмотр целей и корректировку общего направления развития»? a. стратегическое планирование b. стратегия c. стратегический менеджмент d. стратегическое управление	ПК-4										
15.	a	Пример ключевой цели организации (промышленного предприятия): Завоевать лидерские позиции по вводу новых видов продукции (услуг), используя на исследования и разработки определенный процент доходов от объема реализации (продаж). К какой подсистеме относится данная цель? a. маркетинг b. научно-исследовательские разработки (инновации) c. финансы d. менеджмент	ПК-4										
16.	c	Цели, разрабатываемые в рамках общих целей по основным видам деятельности в каждом	ПК-4										

		производственном отделении фирмы и выражающиеся в количественных и качественных показателях – это: а. стратегические б. общие с. специфические д. перспективные																					
17.	Относительная доля рынка для изделия №1: $550/500=1,1>1$ доля рынка высокая Темп роста рынка $105/108=0,97<1$ темп роста рынка низкий Следовательно позиция в матрице БКГ соответствует изделию «Корова». В дальнейшем следует сохранять и поддерживать позицию этого изделия	Задача Определите позиции (по матрице БКГ) для изделия №2, на основе следующих данных: <table><tr><th>№ изделия</th><th>Объем продаж организации, тыс. шт.</th><th>Объем продаж ведущего конкурента, тыс. шт.</th><th>Емкость рынка, тыс. шт.</th><th>Темп роста рынка, %</th></tr><tr><td>1</td><td>480</td><td>400</td><td>3000</td><td>112</td></tr><tr><td>2</td><td>550</td><td>500</td><td>2500</td><td>105</td></tr><tr><td>3</td><td>220</td><td>250</td><td>2000</td><td>103</td></tr></table> Темп роста отрасли –108%. Примечание. Относительную долю рынка (матрица БКГ ось Х) можно определить как отношение доли рынка организации и ведущего конкурента (если отношение >1, то относительная доля рынка высокая, если отношение <1, то – низкая). Темп роста рынка (матрица БКГ ось Y) сравнивается со средним по отрасли (по условию 108%), если >108%, то высокий, если <108% – низкий.	№ изделия	Объем продаж организации, тыс. шт.	Объем продаж ведущего конкурента, тыс. шт.	Емкость рынка, тыс. шт.	Темп роста рынка, %	1	480	400	3000	112	2	550	500	2500	105	3	220	250	2000	103	ПК-4
№ изделия	Объем продаж организации, тыс. шт.	Объем продаж ведущего конкурента, тыс. шт.	Емкость рынка, тыс. шт.	Темп роста рынка, %																			
1	480	400	3000	112																			
2	550	500	2500	105																			
3	220	250	2000	103																			
18.	Относительная доля рынка для изделия №1: $220/250=0,88<1$ доля рынка низкая Темп роста рынка $103/108=0,95<1$ темп роста рынка низкий Следовательно позиция в матрице БКГ соответствует изделию «Собака». В дальнейшем следует планировать уход изделия с рынка	Задача Определите позиции (по матрице БКГ) для изделия №3, на основе следующих данных: <table><tr><th>№ изделия</th><th>Объем продаж организации, тыс. шт.</th><th>Объем продаж ведущего конкурента, тыс. шт.</th><th>Емкость рынка, тыс. шт.</th><th>Темп роста рынка, %</th></tr><tr><td>1</td><td>480</td><td>400</td><td>3000</td><td>112</td></tr><tr><td>2</td><td>550</td><td>500</td><td>2500</td><td>105</td></tr><tr><td>3</td><td>220</td><td>250</td><td>2000</td><td>103</td></tr></table> Темп роста отрасли –108%. Примечание. Относительную долю рынка (матрица БКГ ось Х) можно определить как отношение доли рынка организации и ведущего конкурента (если отношение >1, то относительная доля рынка высокая, если отношение <1, то – низкая). Темп роста рынка (матрица БКГ ось Y) сравнивается со средним по отрасли (по условию 108%), если >108%, то высокий, если <108% – низкий.	№ изделия	Объем продаж организации, тыс. шт.	Объем продаж ведущего конкурента, тыс. шт.	Емкость рынка, тыс. шт.	Темп роста рынка, %	1	480	400	3000	112	2	550	500	2500	105	3	220	250	2000	103	ПК-4
№ изделия	Объем продаж организации, тыс. шт.	Объем продаж ведущего конкурента, тыс. шт.	Емкость рынка, тыс. шт.	Темп роста рынка, %																			
1	480	400	3000	112																			
2	550	500	2500	105																			
3	220	250	2000	103																			
19.		Основные категории стратегического менеджмента	УК-1																				

20.	Функции стратегического управления	УК-1
21.	Принципы стратегического управления	УК-1
22.	Этапы стратегического управления	УК-1
23.	Виды стратегического управления с позиций состояния внешней среды	УК-1
24.	Целевые категории стратегического управления: видение	УК-1
25.	Целевые категории стратегического управления: миссия	УК-1
26.	Целевые категории стратегического управления: стратегические цели	УК-1
27.	Целевые категории стратегического управления: стратегия	УК-1
28.	Уровни детализации стратегии. Формы ее разработки	УК-1
29.	Становление школ стратегического управления	УК-1
30.	Принципы классификации школ стратегий	УК-1
31.	Критерии сходства и различия школ стратегий	УК-1
32.	Концепция прескриптивных школ	УК-1
33.	Концепции дескриптивных школ	УК-1
34.	Концепции смешенных школ	УК-1
35.	Ресурсная школа стратегий	УК-1
36.	Школа «материнства»	УК-1
37.	Стратегия конкурентного преимущества	УК-1
38.	Методы организованной диагностики и структуризации проблем	УК-1
39.	Методы поиска стратегических решений	УК-1
40.	Методы активизации творческого потенциала	УК-1
41.	Общие методы разработки стратегий	УК-1
42.	Стратегические модели	ПК-2
43.	Стратегические матрицы	ПК-2
44.	Матрица Бостонской консультационной группы	ПК-2
45.	Матрица McKinsey – General Electric	ПК-2
46.	Методы корректировки стратегии	ПК-2
47.	Стратегические управленческие решения	ПК-2
48.	Анализ стратегических решений	ПК-2
49.	Альтернативы стратегических решений	ПК-2
50.	Решения о модификации действующей стратегии	ПК-2
51.	Формирование стратегических альтернатив	ПК-2
52.	Обратная связь в системе принятия решений	ПК-4
53.	Стратегическое управление как научная дисциплина	ПК-4
54.	Современная структура школ стратегического менеджмента	ПК-4
55.	Конкурентные стратегии организаций	ПК-4
56.	Метод сценариев в построении стратегии	ПК-4
57.	Методы групповой работы в решении стратегических проблем	ПК-4
58.	Особенности использования модели пяти компонентов П. Сенге при разработке стратегии (на примере конкретной организации)	ПК-4
59.	Особенности использования дерева решений при разработке стратегии (на примере конкретной)	ПК-4

		организации)	
60.		Особенности использования модели Мак-Кинси «7S» при разработке стратегии (на примере конкретной организации)	ПК-4
61.		Особенности модели «мертвая петля» и «спираль удачи» при разработке стратегии	ПК-4
62.		Особенности использования модели совершенной компании по Питерсу и Уотерману	ПК-4
63.		Стратегия эпохи перемен	ПК-4
64.		Стратегия, ориентированная на лояльность	ПК-4
65.		Стратегия успеха, ведущая к поражению	ПК-4
66.		Концепция ключевых компетенций	ПК-4
67.		Реинжиниринг бизнес-процессов	ПК-4
68.		Сбалансированная система показателей	ПК-4
69.		Прикладные аспекты методов изучения профиля	ПК-4
70.		Связь анализа макросреды с разработкой стратегии	ПК-4
71.		Альтернативы тактических решений и использования эталонных стратегий	ПК-4
72.		Стратегический учет и стратегический контроллинг: понятие, виды, проблемы реализации в российских условиях	ПК-4
73.		Модель стратегического развития бизнеса В.С. Ефремова	ПК-4
74.		Модель формирования стратегии Хофера-Шенделя	ПК-4

2. Описание шкал оценивания

Результаты обучения по дисциплине «Стратегический менеджмент (продвинутый уровень)», соотнесенные с индикаторами достижения компетенции УК-1, ПК-2, ПК-4, оцениваются по пятибалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

3. Критерии выставления оценок

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами при ответе на практикоориентированные вопросы, владеет навыками и приемами решения практических задач, выполняет тестовые задания на 100 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции УК-1, ПК-2, ПК-4 достигнуты на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами ответов на них, правильно применяет теоретические положения при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, выполняет тестовые задания на 70 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции УК-1, ПК-2, ПК-4 достигнуты на хорошем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на вопросы и при выполнении практических заданий и решении кейс-задач, выполняет тестовые задания на 50 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции УК-1, ПК-2, ПК-4 достигнуты на базовом уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на вопросы, допускает существенные ошибки при решении заданий практического уровня, выполняет тестовые задания на 49 процентов и ниже. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции УК-1, ПК-2, ПК-4 не достигнуты.