Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Верисокин Александр Евгеньевич
Должность: И.о. декана факультета нефтегазовой инженерии
Дата подписания: 18.06.2026 13:18:46
Уникальный программный ключ:
fd7a4d68f83235300c43c0b6f10966ab195e1d00

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**УТВЕРЖДАЮ**
Декан факультета
нефтегазовой инженерии,
кандидат технических наук
Верисокин А.Е.

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**по дисциплине**
**Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере**

| | |
|---|---|
| Направление подготовки | 13.03.02 Электроэнергетика и электротехника |
| Направленность (профиль) | Электроэнергетические системы и сети |
| Год начала обучения | 2026 |
| Форма обучения | очная |
| Реализуется в семестре | 2 |

## Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств по дисциплине «Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере» предназначен для контроля достижения обучающимися требуемых компетенций посредством оценивания полученных ими результатов обучения, соответствующих индикаторам достижения компетенций образовательной программы высшего образования «Электроэнергетические системы и сети» по направлению подготовки 13.03.02 Электроэнергетика и электротехника.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере».

3. Разработчик: Кальная А.Ю., доцент кафедры государственного, муниципального управления и экономики труда.
4. Проведена экспертиза ФОС.

Председатель Кущ Е.Н. - председатель УМК института экономики и управления.

Члены комиссии:

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

Астахова Е.А. - член УМК института экономики и управления, доцент кафедры государственного, муниципального управления и экономики труда.

Экспертное заключение: ФОС по дисциплине «Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Электроэнергетические системы и сети» по направлению подготовки 13.03.02 Электроэнергетика и электротехника.

**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 |
| *Компетенция:* 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 | | | | |
| Результаты обучения по дисциплине (модулю):<br><br>*Индикатор:*<br>ИД-1 УК-2. Формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определяет ожидаемые результаты решения задач | не способен определить проблему, на решение которой направлен проект, не может грамотно сформулировать цель проекта | определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи, но не в полном объеме | определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи | на высоком уровне и в полном объеме определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи |
| ИД-2 УК-2. Разрабатывает план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений | не способен выстраивать этапы работы над проектом | слабо, с ошибками выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации | выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации | самостоятельно на высоком уровне выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ИД-3 УК-2. Обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов | не способен проектировать решение конкретных задач проекта | слабо и с ошибками проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения | проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, но не в полном объеме учитывает действующие правовые нормы и имеющиеся ресурсы и ограничения | самостоятельно и на высоком уровне проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений |

| 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 |
| *Компетенция:* УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | | | | |
| Результаты обучения по дисциплине (модулю):<br><br>*Индикатор:*<br>ИД-1 УК-3. Участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи | не способен определять участников проекта и организовать эффективную коммуникацию внутри команды, не планирует и не реализует различные стратегии маркетинга | определяет участников проекта, организует эффективную коммуникацию внутри команды, планирует и реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), | определяет участников проекта, организует эффективную коммуникацию внутри команды, планирует и реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в | на высоком уровне определяет участников проекта, организует эффективную коммуникацию внутри команды, планирует и реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при совместной работе в рамках поставленной задачи | в том числе при совместной работе в рамках поставленной задачи, но не в полном объеме | том числе при совместной работе в рамках поставленной задачи | совместной работе в рамках поставленной задачи |

## 1. Описание шкалы оценивания

Результаты обучения по дисциплине «Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере», соотнесенные с индикаторами достижения компетенций УК-2 и УК-3, оцениваются по пятибалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».
Для получения зачета необходимо пройти мероприятия текущего контроля успеваемости в семестре на оценку не ниже «удовлетворительно».

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.

**Оценочные средства для проверки уровня сформированности компетенций**

| Номер задания | Правильный ответ | Содержание оценочного средства | Компетенция |
|---|---|---|---|
| | | **Семестр 2** | |
| | | **Тестовые задания** | |
| 1. | a,b,d | К коммерческим организациям относятся:<br>a) государственные и муниципальные унитарные предприятия;<br>b) производственные кооперативы;<br>c) потребительские кооперативы;<br>d) хозяйственные товарищества и общества. | УК-2 |
| 2. | b | Участники ООО отвечают по обязательствам общества:<br>a) всем своим имуществом, даже после выхода из числа участников, в течение 2 лет;<br>b) в пределах своих вкладов;<br>c) субсидиарная ответственность. | УК-2 |
| 3. | c | Бюджет предпринимательского проекта — это:<br>a) себестоимость продукции проекта;<br>b) объем всех затрат, необходимых и достаточных для успешной реализации проекта;<br>c) структура, состав и значение статей расходов, необходимых для реализации проекта, и статей доходов, возникающих в результате проекта. | УК-2 |
| 4. | a | Текущие затраты предпринимательского проекта – это:<br>a) это ежемесячные расходы на реализацию проекта;<br>b) это расходы в проект, вкладываемые на первоначальном этапе до начала реализации проекта. | УК-2 |
| 5. | b | Текущие затраты предпринимательского проекта делятся на:<br>a) затраты на запуск проекта и его реализацию;<br>b) постоянные и переменные;<br>c) на прямые и портфельные;<br>d) на реальные и финансовые | УК-2 |

| Номер задания | Правильный ответ | Содержание оценочного средства | Компетенция |
|---|---|---|---|
| 6. | a | Выручка от реализации в предпринимательском проекте– это:<br>a) совокупность денежных средств в наличной и безналичной форме, поступивших за отгруженную продукцию, выполненные работы, оказанные услуги и проданные товары;<br>b) положительное сальдо между доходами и расходами проекта;<br>c) средства на счетах;<br>d) средства в расчетах | УК-2 |
| 7. | a,b,f | К заемным источникам финансирования предпринимательской деятельности относятся:<br>a) средства от эмиссии облигаций;<br>b) налоговый кредит;<br>c) внутрихозяйственные резервы;<br>d) амортизационные отчисления;<br>e) прибыль;<br>f) кредиты;<br>g) средства от размещения обыкновенных акций | УК-2 |
| 8. | b,c | Собственными финансовыми ресурсами в предпринимательском проекте являются:<br>a) целевое финансирование, средства, привлеченные путем размещения акций на бирже;<br>b) уставный капитал, страховое возмещение по наступившим рискам;<br>c) прибыль от реализации основных средств и других активов, амортизационные отчисления, нераспределенная прибыль прошлых лет;<br>d) все перечисленное. | УК-2 |
| 9. | a | Основным источником дохода, за счет которого покрываются текущие расходы и формируется прибыль в предпринимательском проекте, является:<br>a) выручка от реализации продукции (работ, услуг);<br>b) прочая реализация;<br>c) внереализационные доходы | УК-2 |
| 10. | c | Прибылью в предпринимательском проекте являются: | УК-2 |

| Номер задания | Правильный ответ | Содержание оценочного средства | Компетенция |
|---|---|---|---|
| | | a) средства, полученные от реализации продукции (работ,услуг), основных средств, нематериальных активов;<br>b) разница между средствами, полученными от покупателей, и средствами, уплаченными поставщикам;<br>c) разница между всеми доходами и расходами предприятия в отчетном периоде. | |
| 11. | c | Метод, при котором риск вероятного ущерба делится между участниками проекта таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики - это:<br>a) диверсификация;<br>b) лимитирование;<br>c) распределение;<br>d) объединение | УК-2 |
| 12. | b | При анализе и оценке рисков предпринимательского проекта используется:<br>a) метод критического пути;<br>b) метод дерева решений;<br>c) симплекс-метод. | УК-2 |
| 13. | a | Присущ ли риск социальному предпринимательству?<br>a) да, риск – это неотъемлемая составляющая предпринимательства;<br>b) да, но лишь в условиях кризисов и инфляции;<br>c) нет | УК-2 |
| 14. | c | Целью предпринимательства является:<br>a) удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах;<br>b) пополнение бюджета государства налоговыми поступлениями;<br>c) систематическое получение прибыли | УК-2 |
| 15. | b | Ключевые слова, определяющие понятие «предпринимательство»:<br>a) риск, прибыль, потребности, конкуренция;<br>b) риск, прибыль, инициатива, инновации; | УК-2 |

| Номер задания | Правильный ответ | Содержание оценочного средства | Компетенция |
|---|---|---|---|
| | | c) конкуренция, прибыль, налоги | |
| 16. | b | Субъектами социального предпринимательства могут быть:<br>a) физические лица;<br>b) физические и юридические лица;<br>c) юридические лица | УК-2 |
| 17. | ф | Основой государственного предпринимательства являются:<br>a) унитарные муниципальные предприятия;<br>b) стратегически важные предприятия и учреждения;<br>c) банковские структуры | УК-2 |
| 18. | b | В какой форме регистрируют индивидуальное предпринимательство?<br>a) юридическое лицо;<br>b) физическое лицо;<br>c) совместная деятельность | УК-2 |
| 19. | a | Кого относят к юридическим лицам?<br>a) фирмы, предприятия, организации;<br>b) работников;<br>c) безработных | УК-2 |
| 20. | c | Участники акционерного общества – это:<br>a) экзекуторы;<br>b) товарищи;<br>c) акционеры | УК-2 |
| 21. | a | Риск в предпринимательском проекте – это:<br>a) вероятность возникновения непредвиденных потерь ожидаемой прибыли, дохода, денежных средств ил имущества в связи со случайным изменением условий экономической деятельности, неблагоприятными обстоятельствами или допущенными ошибками; | УК-2 |

| Номер задания | Правильный ответ | Содержание оценочного средства | Компетенция |
|---|---|---|---|
| | | b) результат человеческого труда: продукция, работы, услуги, научное открытие, идея и т.д. количество продукции, которое не позволит предприятию выйти из зоны прибыли | |
| 22. | a,b,c | К средствам разрешения рисков в предпринимательском проекте относятся:<br>a) удержание;<br>b) передача;<br>c) избежание;<br>d) объединение;<br>e) страхование | УК-2 |
| 23. | a,b,c,d | К приемам снижения степени риска в предпринимательском проекте относятся:<br>a) диверсификация;<br>b) объединение;<br>c) распределение;<br>d) лимитирование;<br>e) передача;<br>f) избежание | УК-2 |
| 24. | a | Метод, при котором риск вероятного ущерба делится между участниками проекта таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики - это:<br>a) распределение;<br>b) диверсификация;<br>c) лимитирование;<br>d) объединение | УК-2 |
| 25. | a | Подбор комбинаций инвестиционных предпринимательских проектов, когда достигается не просто их разнообразие, а определенная взаимозависимость динамики доходов и приемлемый уровень рискованности - это:<br>a) диверсификация;<br>b) распределение; | УК-2 |

| Номер задания | Правильный ответ | Содержание оценочного средства | Компетенция |
|---|---|---|---|
| | | c) лимитирование;<br>d) объединение | |
| 26. | d | К инструментам интернет-маркетинга в предпринимательском проекте не относят:<br>a) контекстная реклама;<br>b) вирусная реклама;<br>c) таргетированная реклама;<br>d) телевизионная реклама | УК-3 |
| 27. | a | Таргетированная реклама в предпринимательском проекте – это:<br>a) инструмент основан на предварительном отборе целевой аудитории (аналитическая функция маркетинга) и демонстрации им релевантной рекламы. маркетологи изучают поведенческие факторы ца, демографические характеристики, геолокацию пользователей, собирают списки ретаргетинга (файлы куки браузера);<br>b) оптимизация сайта под требования поисковых систем;<br>c) маркетинг в соцсетях | УК-3 |
| 28. | b | SEO реклама в предпринимательском проекте – это:<br>a) инструмент основан на предварительном отборе целевой аудитории (аналитическая функция маркетинга) и демонстрации им релевантной рекламы. маркетологи изучают поведенческие факторы ца, демографические характеристики, геолокацию пользователей, собирают списки ретаргетинга (файлы куки браузера);<br>b) оптимизация сайта под требования поисковых систем;<br>c) маркетинг в соцсетях | УК-3 |
| 29. | c | СММ реклама в предпринимательском проекте – это:<br>a) инструмент основан на предварительном отборе целевой аудитории (аналитическая функция маркетинга) и демонстрации им релевантной рекламы. маркетологи изучают поведенческие факторы ца, демографические характеристики, геолокацию пользователей, собирают списки ретаргетинга (файлы куки браузера); | УК-3 |

| Номер задания | Правильный ответ | Содержание оценочного средства | Компетенция |
|---|---|---|---|
| | | b) оптимизация сайта под требования поисковых систем;<br>c) маркетинг в соцсетях | |
| 30. | d | Тизерная реклама в предпринимательском проекте – это:<br>a) инструмент основан на предварительном отборе целевой аудитории (аналитическая функция маркетинга) и демонстрации им релевантной рекламы. маркетологи изучают поведенческие факторы ЦА, демографические характеристики, геолокацию пользователей, собирают списки ретаргетинга (файлы куки браузера);<br>b) оптимизация сайта под требования поисковых систем;<br>c) маркетинг в соцсетях;<br>d) размещение баннеров на сайтах-партнерах Гугла и Яндекса. Задача баннеров не столько продать, сколько увеличить трафик на продающую страницу | УК-3 |
| 31. | a | Второй этап маркетингового исследования при проектировании– это:<br>a) разработка рабочих документов (бланков опросов, гайдов);<br>b) постановка задач маркетингового исследования;<br>c) определение бюджета на маркетинговое исследование;<br>d) сбор информации;<br>e) обработка информации | УК-3 |
| 32. | b | Первый этап маркетингового исследования в предпринимательском проекте – это:<br>a) разработка рабочих документов (бланков опросов, гайдов);<br>b) постановка задач маркетингового исследования;<br>c) определение бюджета на маркетинговое исследование;<br>d) сбор информации;<br>e) обработка информации | УК-3 |
| 33. | c | Четвертый этап маркетингового исследования в предпринимательском проекте – это:<br>a) разработка рабочих документов (бланков опросов, гайдов);<br>b) постановка задач маркетингового исследования; | УК-3 |

| Номер задания | Правильный ответ | Содержание оценочного средства | Компетенция |
|---|---|---|---|
| | | c) определение бюджета на маркетинговое исследование;<br>d) сбор информации;<br>e) обработка информации | |
| 34. | d | Пятый этап маркетингового исследования в предпринимательском проекте – это:<br>a) разработка рабочих документов (бланков опросов, гайдов);<br>b) постановка задач маркетингового исследования;<br>c) определение бюджета на маркетинговое исследование;<br>d) сбор информации;<br>e) обработка информации | УК-3 |
| 35. | e | Шестой этап маркетингового исследования в предпринимательском проекте – это:<br>a) разработка рабочих документов (бланков опросов, гайдов);<br>b) постановка задач маркетингового исследования;<br>c) определение бюджета на маркетинговое исследование;<br>d) сбор информации;<br>e) обработка информации | УК-3 |
| 36. | a | Маркетинговые исследования бывают:<br>a) кабинетные и полевые;<br>b) реальные и портфельные;<br>c) собственные и заемные;<br>d) групповые и индивидуальные | УК-3 |
| 37. | c | К кабинетным маркетинговым исследованиям при проектировании относят:<br>a) опрос;<br>b) анкетирование;<br>c) анализ документов и других вторичных источников;<br>d) наблюдение;<br>e) эксперимент | УК-3 |

| Номер задания | Правильный ответ | Содержание оценочного средства | Компетенция |
|---|---|---|---|
| 38. | c | К полевым маркетинговым исследованиям при проектировании не относят:<br>a) опрос;<br>b) анкетирование;<br>c) анализ документов и других вторичных источников;<br>d) наблюдение;<br>e) эксперимент | УК-3 |
| 39. | a | Стратегия маркетинга «Сегментирование» в предпринимательском проекте представляет собой:<br>a) Выявление и описание целевых потребителей;<br>b) Формирование определенного образа предпринимателя в сознании целевых потребителей | УК-3 |
| 40. | c | Стратегия сегментирования в предпринимательском проекте предполагает:<br>a) отстройку от конкурентов;<br>b) попадание в потребность;<br>c) дифференцированный маркетинг, недифференцированный маркетинг, фокусирование | УК-3 |
| 41. | a,b | Стратегия позиционирования в предпринимательском проекте предполагает:<br>a) отстройку от конкурентов;<br>b) попадание в потребность;<br>c) дифференцированный маркетинг, недифференцированный маркетинг, фокусирование;<br>d) интенсивное распределение; селективное распределение; эксклюзивное распределение | УК-3 |
| 42. | d | Политика распределения в предпринимательском проекте включает:<br>a) отстройку от конкурентов;<br>b) попадание в потребность;<br>c) дифференцированный маркетинг, недифференцированный маркетинг, фокусирование;<br>d) интенсивное распределение; селективное распределение; эксклюзивное распределение | УК-3 |
| 43. | c | Организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой в предпринимательском проекте – это: | УК-3 |

| Номер задания | Правильный ответ | Содержание оценочного средства | Компетенция |
|---|---|---|---|
| | | a) выручка;<br>b) прибыль;<br>c) маркетинг;<br>d) менеджмент;<br>e) предпринимательство;<br>f) риски | |
| 44. | a | Аналитическая функция маркетинга в предпринимательском проекте заключается в :<br>a) комплексе мероприятий по исследованию внешних и внутренних факторов, которые влияют на компанию, рынок и потребительский спрос, сюда входит анализ ниши и конкурентов, изучение потребностей ЦА и прогнозирование покупательского поведения;<br>b) разработке и внедрении нового продукта на рынок;<br>c) внедрении новых технологий в производственный процесс | УК-3 |
| 45. | c | Инновационная функция маркетинга в предпринимательском проекте заключается в :<br>a) Комплексе мероприятий по исследованию внешних и внутренних факторов, которые влияют на компанию, рынок и потребительский спрос, сюда входит анализ ниши и конкурентов, изучение потребностей ЦА и прогнозирование покупательского поведения;<br>b) разработке и внедрении нового продукта на рынок;<br>c) внедрении новых технологий в производственный процесс | УК-3 |
| | | **Практические задания** | |
| 46. | | Придумайте и представьте в виде таблицы описание социального предпринимательского проекта по следующим пунктам:<br>Название проекта:<br>Суть проекта:<br>Цель проекта:<br>Задачи проекта:<br>1. | УК-2 |

## 2. Критерии оценивания компетенций

Успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

*Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он:*
- способен определить проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи;
-способен выстроить этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации;
- проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
- определяет участников проекта, организует эффективную коммуникацию внутри команды, планирует и реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при совместной работе в рамках поставленной задачи.

*Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он:*
- не способен определить проблему, на решение которой направлен проект, не формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи;
-не способен выстроить этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации;
- не проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
- не определяет участников проекта, не организует эффективную коммуникацию внутри команды, не планирует и не реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при совместной работе в рамках поставленной задачи.

Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.
Зачет выставляется по результатам работы в семестре, предусмотренных текущим контролем успеваемости.
Процедура выставления зачета проводится на последнем практическом занятии; оценивание знаний обучающегося происходит по результатам защиты практических работ и оценки знаний студента. Перед зачетом студенту необходимо полностью выполнить практические задания, оформить лекционный материал. При наличии задолженностей по текущей аттестации по данной дисциплине студент к сдаче зачета не допускается. Текущая аттестация студентов проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах: собеседование и защита практических работ. Основанием для снижения оценки являются: выполнение задания не в полном объеме; несвоевременность предоставления выполненных работ, слабое знание тем и основной терминологии; пассивность участия в групповой работе; отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач.
Текущая контроль обучающихся проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах: собеседование, тестирование, решение задач, разработка авторского бизнес-проекта в сфере социального предпринимательства.